

القنوات الفضائية

ونُسق القيم فى المجتمع المحلى

د. أيمن البارودي

إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع

القنوات الفضائية
ونسق القيم
في المجتمع المحلي

القنواتُ الفضائيةِ
ونسقُ القيمِ
فى المجتمعِ المحلىّ

دراسةٌ ميدانيةٌ على عينةٍ من مشاهدى القنوات الفضائية

بمدينة بنى سويف

إعداد

دكتور/ أيمن على طه حسن

بطاقة فهرسة

فهرسة أثناء النشر

إعداد / الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية

حسن ، أيمن علي طة.

القنوات الفضائية ونسق القيم في المجتمع المحلي : دراسة ميدانية علي عينة من مشاهد القنوات الفضائية .

إعداد : أيمن علي طه حسن ، اشراف جلال مدبولي ، حسن ابراهيم – بني سويف – جامعة بني سويف ، كلية الاداب ، قسم الاجتماع ، ط1

القاهرة :دار إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع ٢٠١٤ .

٢٨٢ صفحة ، ١٧ × ٢٤ سم .

تدمك ٦ ٢٨٣ ٣٨٣ ٩٧٧ ٩٧٨

١- القنوات التليفزيونية الفضائية ٢- جامعة بني سويف – الرسائل الجامعية

أ- مدبولي، جلال (مشرف) ب- ابراهيم ،حسن (مشارك)

٣٨٤,٥٥

اســم الكتــاب: القنوات التليفزيونية الفضائية

اسم المؤلــف: حسن ايمن علي طه

رقــم الطبعــة: الأولى

الســنة: ٢٠١٤

رقــم الإيــداع: ٢٠١٣/١٦٨٨٣

الترقيم الدولي: ٦- ٢٨٣- ٣٨٣- ٩٧٧ - ٩٧٨

اســم الناشــر: إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع

العنــوان: ١٢ش حسين كامل سليم – ألماظة – مصر الجديدة

المحافظــة: القاهرة

التليفــون: ٢٤١٧٢٧٤٩

اســم المطبعــة: الدار الهندسية

العنــوان: زهراء المعادي – المنطقة الصناعية ــ قطعة رقم٢٥٣ ، ٢٥٥، ٢٥٦،

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ سَنُرِيهِمْ ءَايَـٰتِنَا فِى ٱلْـَٔافَاقِ وَفِىٓ أَنفُسِهِمْ حَتَّىٰ يَتَبَيَّنَ لَهُمْ أَنَّهُ ٱلْحَقُّ ۗ أَوَلَمْ يَكْفِ بِرَبِّكَ أَنَّهُۥ عَلَىٰ كُلِّ شَىْءٍ شَهِيدٌ ﴾

[سورة فصلت: الآية 53]

صدق الله العظيم

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين حمدا يليق بجلاله وكماله وفضله وكرمه علينا وعلى العالمين، فمنه الحمد والعطاء، وإليه يرجع الأمر كله، والصلاة والسلام على نور الكمال، السراج المنير الصادق الوعد الأمين، وعلى آله وصحبه الغر الميامين، ، ، ، ، ، ، ، ، ، ، وبعد

لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتوجه بالشكر والتقدير إلى أستاذي الجليل الأستاذ الدكتور /جلال مدبولي أستاذ علم الاجتماع، الذي أولاني برعايته منذ أن كنت طالبًا بالفرقة الثانية، ثم تابع مشواري العلمي بمرحلتي التمهيدي والماجستير، وأعطاني من الوقت ما نفذ عن الحد، وعانى مني ما لم يعانه أب مع ولده، حتى خرج هذا العمل من تحت إشرافه بتوفيق الله -سبحانه وتعالى- فله مني جزيل الشكر والعرفان بالجميل.

كما أتوجه بالشكر والتقدير إلى أستاذي الدكتور/ حسن إبراهيم أحمد، صاحب المواقف الشجاعة والدؤبة، والذي طالما صابر وأصر على إخراج هذا العمل إلى النور بعد أن كادت الأيام أن تواريه، فله مني كل التقدير والاحترام.

وأتقدم بخالص شكري وتقديري إلى الأستاذ الدكتور / طلعت إبراهيم لطفي، صاحب مذهب المرونة المنهجية في علم الاجتماع، الأستاذ الذي جابت أبحاثه الدول العربية فله من الأبحاث العشرات وبالمثل المؤلفات.

وأتقدم بخالص شكري وتقديري إلى الأستاذ الدكتور / مصطفى خلف عبد الجواد أستاذ علم الاجتماع ورئيس قسم الاجتماع بجامعة المنيا، ذلك العالم الجليل، فله من الإسهامات الكثير ما بين مؤلف ومترجم، وعلى تفضله بالموافقة على مناقشة الرسالة وعلى تحمله أعباء السفر إلى بني سويف، وإنه لمن حسن حظ

الباحث أن يتعلم من علم سيادته الكثير.

ويتقدم الباحث بالشكر إلى السيد الأستاذ الدكتور/ عميد الكلية، والسادة الوكلاء على ما يوفرونه للباحثين من مناخ علمي يسمح لهم بإنجاز أعمالهم، كما لا ينسى الباحث أن يوجه شكره وتقدير إلى أسرة علم الاجتماع بالكلية.

وأخيراً أتوجه بخالص شكري إلى أسرتي.. جدي وجدتي، وأبي وأمي وإخوتي، الذين تحملوا معي أعباء الرسالة فللجميع الشكر والتقدير.

مقدمة

مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين تطورا ملحوظا للقنوات الفضائية على الساحة الإعلامية الدولية، وواكب هذا النمو الاستخدام السلمي للأقمار الصناعية، ودخول العالم عصر جديد تعددت مسمياته – عصر المعلومات Information Age، عصر العولمة Globalization Age، عصر الفضاء Satellite Age – ولم تكن الدول العربية بمعزل عن هذا النمو، فلقد أخذت على عاتقها إطلاق القمر العربي الذي يحمل عديدا من القنوات الفضائية العربية إلى شعوب العالم العربي والمناطق المجاورة للدول العربية، ثم تبع ذلك إطلاق آخر لعدد من الأقمار الخاصة ببعض الدول العربية، ومن بينها مصر التي امتلكت هذه التكنولوجيا، حيث أطلقت قمرين (النيل سات 1، النيل سات 2)، وهذه الأقمار أتاحت أمام المشاهد المصري الممتلك للهوائيات فرصا جمة لرؤية العالم وما يحدث به، والتعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى العربية والأجنبية.

ومن ناحية أخرى، أفسحت المجال لعديد من الثقافات أن تغزو المجتمع المصري، وتحمل هذه الثقافات من القيم ما يغاير طبيعة القيم السائدة لدى المشاهد المصري، مما ينذر بان تترك هذه القنوات الفضائية تأثيرا على نسق القيم القائم في المجتمع، لاسيما القنوات الفضائية الأجنبية التي تقدم مضامين متنوعة، وتخالف القيم القائمة في المجتمع المصري، وهذا لا يعني ألا تؤثر مشاهدة بعض القنوات العربية على قيم المشاهد سلبا أو إيجابا، لذا أضحت دراسة تأثير مشاهدة القنوات الفضائية مطلبا بحثيا جديرا بالاهتمام.

وتحاول الدراسة الراهنة التعرف على تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية على بعض القيم القرابية كقيمة الانتماء الأسري، وقيمة الفردية، وبعض

القيم السياسية كقيمة الولاء السياسي، وقيمة الانتماء السياسي، وقيمة الاغتراب السياسي، لدى عينة من المشاهدين بالمجتمع المحلى الحضرى فى ضوء مجموعة من المتغيرات الديموجرافية كالنوع والسن والحالة الزواجية، والحالة التعليمية، بالإضافة إلى معدل المشاهدة ومدى إجادة اللغات الأجنبية.

وتعد القنوات الفضائية أحد مظاهر الثورة التكنولوجية الحديثة، ووسيلة اتصال معاصرة تتميز بالفاعلية والشيوع والكونية. وهذا يؤدى من وجهة نظر "انتونى جيدنز A.Giddens " إلى فصل المكان عن الهوية، والقفز فوق الحدود الثقافية للمجتمعات، والتقليل من مشاعر الانتساب والانتماء[1].

ومما يزيد من خطورة القنوات الفضائية، ما ذهب إليه " دانيال بيل D.Bell " فى القول بأن وصول البث الفضائى المباشر إلى البيوت سيؤدى إلى حدوث تغيرات عميقة فى القيم، لأن القيم المسيطرة فيه، هى قيم الدول المحتكرة للمواد الإعلامية، وتختلف عن القيم السائدة فى المجتمعات المصدر إليها هذه المواد الإعلامية، مما يعمق من خطورة التأثير بعد أن أصبح انتقال القيم من مجتمع لآخر أمرا ميسورا. ومن ابرز التأثيرات غرس القيم الوافدة ومحو القيم الأصلية مما يوسع الفجوة بين الأجيال، ويدعم من الفردية كقيمة من قيم الرأسمالية العالمية، ويؤدى إلى دخول الشباب فى معارك مع البنى الاجتماعية وخاصة الأسرة والنظام السياسي[2].

ولم يكن علماء سوسيولوجيا الاتصال بمعزل عن هذه المستجدات التى

---

(1) محمد شومان: عولمة الإعلام ومستقبل الإعلام العربى، عالم الفكر، المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، أكتوبر – ديسمبر 1999، ص 161.

(2) إياد شاكر البكرى: عام 2000 حرب المحطات الفضائية، دار الشروق، طرابلس، 1999، ص ص 252 – 253.

تمخضت عن التغير السريع فى تكنولوجيا الاتصال خلال نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادى والعشرين، حيث اتجهت أبحاثهم إلى دراسة هذه المستجدات على المسارين النظرى والتطبيقى، إلا انه بالرغم من ذلك لم تكن إسهاماتهم فى دراسة الوسائل الحديثة كالإنترنت والقنوات الفضائية بنفس القدر الذى حظيت به الوسائل التقليدية للاتصال، مما يفرض ضرورة دراسة القنوات الفضائية وتحديد تأثيراتها(1).

وإزاء هذا الموقف، تبلور الاهتمام لدى الباحث بضرورة دراسة التأثيرات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية في مدينة بنى سويف للمبررات الآتية:

1- الإقبال الشديد والواضح على اقتناء الهوائيات فى المجتمع الحضرى (مدينة بنى سويف).
2- الحاجة الملحة لدراسات اجتماعية عن تأثيرات القنوات الفضائية.
3- الحاجة الملحة لمزيد من الدراسات الاجتماعية في ميدان سوسيولوجيا الاتصال كتخصص أكاديمي.

وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التفسيرية التى تحاول تحديد خصائص الظاهرة المدروسة، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الاجتماعى باستخدام العينة، بجانب المقارنة، كما تتخذ الدراسة من الملاحظة المباشرة وغير المباشرة (المقابلة)، أدوات لجمع البيانات، معتمدة على أسلوبى التحليل الكمى والكيفى معا.

وتكتسب الدراسة أهميتها على المستويين النظرى والتطبيقى، فمن الناحية النظرية تتجه الدراسة إلى:

---

(1) عبد الله عبد الرحمن: سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص42.

1- محاولة اختبار فروض بعض المداخل النظرية فى علم اجتماع الاتـــصال، والتى يتخذها الباحث إطارا مرجعيا للدراسة كالمنظور الوظيفى، ومنظور الصراع، ونظرية الغرس الثقافى، ونظرية الاستخدامات والاشباعات.

2- توضيح الغموض والجدل حول تأثيرات القنوات الفـضائية ممـا يثـرى المعرفة النظرية.

3- إضافة بيانات نظرية جديدة فى مجال علم اجتماع الاتصال تتعلق بموضوع الدراسة.

وتكتسب الدراسة أهميتها التطبيقية:

1- توضيح مدى خطورة تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على البنـــاء الثقـــافى للمجتمع من خلال توضيح تأثيراتها على نسق القيم.

2- إبراز الدور الذى تلعبه القنوات الفضائية فى النظام السياسى مـــن خـــلال توضيح تأثير المشاهدة على القيم السياسية.

3- إلقاء الضوء على أهمية القنوات الفضائية فـــى تنميـــة ثقافـــة المـــشاركة السياسية.

4- إلقاء الضوء على مدى خطورة مشاهدة القنوات الفضائية على النسق القيمى على مستوى البناء الأسرى.

هذا ومن شأن النقاط الأربعة السابقة أن تسهم فى لفت نظر المـــسئولين فـــى كافة المجالات الحياتية إلى أهمية القنوات الفضائية وخطورتها معا.

وقد خرجت الدراسة الحالية فى بابين يتضمنان ستة فـــصول: البـــاب الأول يعرض للأسس النظرية للدراسة ويتضمن ثلاثة فصول، يقدم الفصل الأول أهداف الدراسة ومفهوماتها الأساسية، ويقدم الفصل الثانى المداخل النظرية المفسرة لتأثير

الاتصال، ويقدم الفصل الثالث استعراضا نقديا للدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة.

أما الباب الثانى فيقدم خطة الدراسة الميدانية ونتائجها ويتضمن أربعة فصول فيقدم الفصل الرابع خطة الدراسة الميدانية، أما الفصل الخامس فيعـرض لنتـائج مشاهدة القنوات الفضائية على القيم القرابية، وفى الفصل السادس يتـضح تـأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم السياسية، ثم مناقشة للنتائج العامـة للدراسـة، بجانب مجموعة من التوصيات التطبيقية والبحثية. كما ذيلت الدراسة بقائمـة مـن المراجع والملاحق والخرائط والجداول، وملخصين باللغة العربية والأجنبية للدراسة ونتائجها.

الفصل الأول
أهداف الدراسة
ومفهوماتها الأساسية

أولا: موضوع الدراسة واهدافها

ثانيا: تساؤلات الدراسة وفروضها

ثالثا: مفهومات الدراسة

الفصل الأول

أهداف الدراسة ومفهوماتها الأساسية

أولاً: موضوع الدراسة وأهدافها:

تهتم الدراسة بالكشف عن طبيعة العلاقة بين الاتصال والثقافة، وذلك من خلال تحليل تأثير مشاهدة القنوات الفضائية (العربية – الأجنبية) على نسق القيم، وخاصة بعض القيم القرابية كـ(الانتماء الأسرى – الفردية)، وبعض القيم السياسية كـ(الولاء السياسى – الانتماء السياسي– الاغتراب السياسي) لدى عينة المشاهدين.

وفى ضوء ذلك فإنها تسعى إلى تحقيق الأهداف الآتية:-

1- التعرف على التأثيرات الإيجابية والسلبية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية.

2- التعرف على مدى تأثير المشاهدة للقنوات الفضائية على القيم القرابية.

3- التعرف على مدى تأثير المشاهدة للقنوات الفضائية على القيم السياسية.

ثانيا: تساؤلات الدراسة وفروضها:-

أ- يمكن صياغة أهداف الدراسة فى عدة تساؤلات على النحو التالي:

1- ما هى نوعية البرامج المثيرة لاهتمام المبحوثين فى القنوات الفضائية؟

2- ما هى عدد الساعات التى يقضيها المبحوثين أمام القنوات الفضائية؟

3- ما هى الوظائف والإشباعات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية؟

4 ما هى الوظائف والإشباعات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية؟

5- ما هى السلبيات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية؟

6- ما هى السلبيات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية؟

7- هل تؤدى مشاهدة للقنوات الفضائية العربية إلى تدعيم قيمة الانتماء الأسرى؟

8- هل تؤدى مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية إلى تدعيم قيمة الفردية؟

9- هل تؤدى مشاهدة القنوات الفضائية العربية إلى تدعيم قيمة الانتماء السياسى؟

10- هل تؤدى مشاهدة القنوات الفضائية العربية إلى تدعيم قيمة الولاء السياسى؟

11- هل تؤدى مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية إلى تدعيم قيمة الاغتراب السياسى؟

12- هل تختلف درجة التغير فى القيم القرابية باختلاف المبحوثين فى النواحى الديموجرافية؟

13- هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية باختلاف المبحوثين فى النواحي الديموجرافية؟

14- هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية والقرابية باختلاف المبحوثين فى معدل المشاهدة؟

15- هل تختلف درجة التغير فى قيمة الاغتراب السياسى باختلاف المبحوثين فى مدى إجادة اللغات الأجنبية؟

ب- تحاول الدراسة اختبار صحة الفروض الآتية:

1- يوجد ارتباط إيجابى بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الانتماء الأسرى.

2- يوجد ارتباط سلبى بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الفردية.

3- يوجد ارتباط سلبى بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الولاء السياسي.

4- يوجد ارتباط سلبى بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الانتماء السياسي.

5- يوجد ارتباط إيجابى بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الاغتراب السياسي.

ثالثاً: المفهومات:

أ: مفهوم القنوات الفضائية: Satellite Channels

من الأهمية بمكان الإشارة إلى وجود خلط بين مفهومى الوسيلة والقناة لدى بعض باحثى الاتصال من الاجتماعيين والإعلاميين وغيرهم من المهتمين بدراسة الاتصال وتأثيراته، فهم ينظرون إلى القناة والوسيلة كمترادفين، وهذا التصور خاطئ؛ لأن وسيلة الاتصال أعم وأشمل من القناة، فالوسيلة الواحدة تضم أكثر من

قناة، والتليفزيون مثلاً يضم قنوات عدة، والتليفزيون وسيلة، أما القناة الأولى مثلاً فهي مجرد قناة بين عدة قنوات، فالقناة جزء من الوسيلة، وليست الوسيلة ذاتها.

ومن أبرز التعاريف التي توضح هذا الخلط تعريف القناة بأنها (وسيلة الاتصال التي يمكن بواسطتها نقل الرسالة من المصدر Source إلى المستقبل Receiver) أو هي (الخط أو المسار الذي تتخذه الرسالة عند تحركها من المصدر إلى المستقبل)[1]. أما الوسيلة فتعرف على أنها (القناة التي من خلالها تنتقل الرسالة من المصدر إلى المستقبل)[2]، وبالرغم من الخلط الشائع السابق فهناك من الباحثين من يميز بينهما، ويحاول الباحث عبر السطور القادمة توضيح المقصود بكل منهما على حدة.

الوسيلة: Medium

الوسيلة في اللغة تعني الوصلة أو القربى، وجمعها وسائل، وتشير الوصلة أو القربى إلى ما يتوصل به، ويتقرب به إلى الشيء. يعرف مجمع اللغة العربية الوسيلة بأنها(الطرق التي يمكن بها إيصال فكرة أو رأى إلى عدد كبير من الأفراد المستقبلين والمنتشرين في أماكن بعيدة ومتفرقة كالصحف والإذاعة والتليفزيون والسينما)[3]، وتعرف وسائل الاتصال بأنها (طرق مرور الأفكار والمعلومات والاتجاهات من شخص إلى شخص آخر ومنها الإذاعة المرئية، الأفلام، اللاسلكي،

---

(1) أحمد زكي، أحمد خليفة: معجم مصطلحات الإعلام، دار الجيل، القاهرة، 1985، ص43.

(2) Joseph R. Dominick: The Dynamics of Mass Communicating, 5th edition, N. Y: The McGraw-Hill Company, Inc., 1996, P. 25.

(3) إبراهيم مدكور "محررا": المعجم الوجيز، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1996، ص ص36 – 37.

التلغراف الكهربائي)[1].

والتعاريف السابقة تؤكد على أن وسائل الاتصال ما هي إلا طـــرق ووســـائط لنقل الرسائل الاتصالية بين القائمين بالاتصال والجمهور، ومن أبرزها التليفزيون، والراديو، الصحف، الكتب، المجلات، الدوريات، الندوات، شبكة الإنترنت، وغيـــر ذلك.

القناة: Channel

القناة: (ممر إلكتروني لنقل البرامج الإذاعية أو التليفزيونية، ويشار إليها عادة برقم معين على جهاز الاستقبال حتى يتسنى للمشاهد معرفة رقم القناة التي يرغب في مشاهدتها)[2]، كما تعرف القناة بأنها (السبيل الذي تسلكه الرسالة الإعلامية من المرسل إلى المستقبل)[3]، وتشير القناة كذلك إلى (وسيط من خلالـــه يـــتم تبـــادل الرسائل)[4].

وتتفق التعاريف السابقة على أن القناة ممر أو معبر أو طريق تنتقل من خلاله الرسالة من المرسل – فرد أو هيئة- إلى المستقبل – فرد أو جماعـــة أو مجتمـــع محلي أو مجتمع عالمي- ويرى الباحث أن القناة (جزء من الوسيلة، تختص بعرض برامج معينة، وذات إدارة خاصة بوضع برامجها وتنظيم العمل بداخلها).

---

(1) غريب سيد أحمد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص11.

(2) أحمد زكي، أحمد خليفة، معجم مصطلحات الإعلام، مرجع سابق، ص36 – 37.

(3) كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، ط2، دار الجيل، بيروت، 1994، ص201.

(4) Kenneth, E., Anderson: Introduction to Communication Theory, Commuming Publishing Company inc, U.S.A, 1992, P. 11.

أنماط قنوات الاتصال: Patterns of Channels

تتخذ القنوات الاتصالية عدة أنماط أو مستويات فمنها: القنوات الشخصية، والمحلية، والجماهيرية، والعالمية، وفيما يلي توضيح للمقصود بكل نوع:

1. القنوات الشخصية: Personal Channels

(قنوات يتم الاتصال فيها عن طريق الكلمة المنطوقة بين أعضاء الأسرة، والجيران، والأصدقاء، والمدرسين، وهو اتصال مباشر متبادل بين الأشخاص، وهو مفيد جدًا للإقناع وتبادل المعلومات).

2. القنوات المحلية: Local Channels

(قنوات إذاعية أو تليفزيونية تخصص للمناطق المحيطة بالعواصم، ويرخص للعمل بهذه القنوات بقوة تتراوح ما بين 100 إلى 200 وات، وتوجد في المدن الصغيرة والمناطق الزراعية كالقناة السابعة الخاصة بشمال الصعيد)[1].

3. القنوات الجماهيرية: Mass Channels

(قنوات يكون الاتصال فيها عن طريق الطباعة والكهرباء بين فردًا أو مجموعة من الأفراد، وهي قنوات قوية لنشر الأخبار بسرعة وأكثر تأثيرًا في القيم والأفكار والمعارف والمعلومات).

4. القنوات العالمية الفضائية: Satellite Channels

(قنوات ذات منابع خارج النسق الاجتماعي Social System المباشر للجمهور أي مصدرها نسق اجتماعي آخر[2]، وهي قنوات عالمية قد تعبر عن

---

(1) أحمد زكي، أحمد خليفة: معجم مصطلحات الإعلام، مرجع سابق، ص37.

(2) سامية جابر، نعمات عثمان: الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص7.

ثقافاتها المحلية أو القومية أو تعبر عن ثقافة مجتمعات أخرى، ومن أهم خصائصها أيضا تخطى الحدود مستهدفة الجمهور العالمي)، وتنقسم القنوات الفضائية إلى نمطين:

أ- القنوات الفضائية المشفرة: **Closed Satellite Channels**

(قنوات ذات إشارة مركبة بطريقة خاصة لا يمكن للمشاهد استقبالها، إلا إذا كان لديه جهاز لفك هذه الشفرة، ولا يحصل عليه إلا إذا دفع الأجر المحدد لاستخدامها) وهو نظام لجأت إليه كثير من الدول لتحقيق موارد أخرى لقنواتها سواء كانت حكومية أو خاصة [1].

ب- القنوات الفضائية المفتوحة: **Free Satellite Channels**

(قنوات ليست عليها قيود، ويمكن لأى فرد أن يستقبلها)[2] ما دام هذا المشاهد يمتلك أدوات الاستقبال.

ويرتبط بمفهوم القنوات الفضائية مفهومان على درجة كبيرة من الأهمية، لذا يجب توضيحهما على النحو التالي:

أ- مفهوم البث المباشر: **Direct Broadcasting**

(نظام يتيح للمشاهدين استقبال البرامج التليفزيونية والإذاعية من القمر الصناعي بواسطة محطات أرضية صغيرة قليلة التكلفة، تمكنهم من مشاهدة البرامج فى منازلهم من خلال أجهزة استقبال بسيطة "الدش" دون الحاجة إلى أجهزة

---

(1) سوزان القليني: الإعلام الدولي،ط2، د.ن، القاهرة، 2000، ص34.

(2) أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1985، ص41.

حكومية)[1].

ب- مفهوم الدش أو الطبق: Dish

(عبارة عن هوائي على شكل طبق له قدرة فائقة على التقاط الإشارات التليفزيونية المتعددة عبر الأقمار الصناعية) [2].

ويتبنى الباحث تعريفاً إجرائياً للقنوات الفضائية بأنها (قنوات تليفزيونية فضائية عربية أو أجنبية مفتوحة عابرة للحدود الجغرافية والقومية، وتعمل على نقل القيم المختلفة بين المجتمعات من خلال ما تقدمه من برامج حوارية أو درامية أو إخبارية مثالية كانت أو واقعية... الخ وتؤدي إلى تدعيم بعض القيم أو نشر قيم جديدة أو إحداث تغيرات في بعض القيم).

ب: مفهوم نسق القيم: Value System

إن فكرة نسق القيم قد انبثقت من تصور مؤداه، أنه لا يمكن دراسة قيمة معينة أو فهمها بمعزل عن القيم الأخرى، فهناك مدرج أو نسق هرمي تنتظم فيه القيم مرتبة حسب أهميتها بالنسبة للفرد والمجتمع[3].

ويعرف نسق القيم بأنه عبارة عن (نموذج منتظم للقيم في مجتمع ما أو جماعة

---

(1) سامية جابر، ونعمات نعمان: الإتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 109.

(2) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، مرجع سابق، ص 288.

(3) عبد اللطيف محمد خليفة: " ارتقاء القيم: دراسة نفسية "، عالم الفكر، ع160، المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، إبريل 1992، ص61.

ما، وتتميز القيمة الفردية فيه بالارتباط المتبادل الذى يجعلها تدعم بعضها البعض، وتكون كلاً متكاملاً) كما يضع نسق القيم إطارًا تحليليًا للمعايير والمثل والسلوك الاجتماعي[1].

ويرى البعض أن نسق القيم يعنى (مجموعة القيم المترابطة التى تنظم سلوك الأفراد وتصرفاتهم دون وعى الفرد) وبمعنى آخر (الترتيب الهرمى لمجموعة القيم التى يتبناها الفرد أو أفراد المجتمع وتحكم سلوكهم دون الوعى بذلك)[2].

ومن خلال تحليل التعريفات السابقة نجد أنها تؤكد على أن نسق القيم يتضمن الآتي:

1- مجموعة من القيم المترابطة والمتناسقة.

2- أن نسق القيم يوجه الأفراد نحو الأفعال المطلوب القيام بها، ويحدد لهم وسائل تحقيقها.

ونسق القيم من وجهة نظر الباحث عبارة عن (<u>مجموعة من القيم القرابية والسياسية لدى المشاهد والتى من المحتمل أن تتغير نتيجة مشاهدته للقنوات الفضائية التليفزيونية العربية أو الأجنبية</u>).

ج: مفهوم القيم وخصائصها:

القيم مفهوم جوهرى فى تراث العلوم الاجتماعية والإنسانية Human and Social Sciences معًا، على الرغم من حداثة دراسته فى علم الاجتماع، ولما كانت القيم موضوعًا مشتركًا بين مجالات معرفية متعددة فإنه من المنطقى أن تتعدد

---

(1) محمد عاطف غيث: <u>قاموس علم الاجتماع</u>، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1979، ص506.

(2) عبد اللطيف محمد خليفة: " ارتقاء القيم: دراسة نفسية "، مرجع سابق، ص61.

رؤى النظر إلى مفهوم القيم.

يرى "هيرتزل Hertzler " أن علماء الاقتصاد هم رواد الدراسة العلمية للقيم فلقد اهتموا بدراسة دور القيم فى إنتاج السلع وعمليات التسويق والتوزيع وتحديد الأسعار، وتعمقوا فى تحليل ما يتصل بها من إشباع للحاجات والرغبات إلى الدرجة التى وصف فيها علم الاقتصاد Economic بأنه علم القيم[1].

وبالرغم من أن القيم موضوع مرتبط بالفلسفة منذ أقدم العصور، إلا أن اهتمام الفلاسفة الأوائل انحصر على دراسة القيم الثلاثة (الخير والحق والجمال)، باعتبارها قيم مجردة ومثالية، أما فلاسفة العصور الوسطى فاصطبغت تصوراتهم بالطابع الديني[2].

ومن ناحية أخرى جاء اهتمام علماء النفس بالقيم مرتبطا لدى بعضهم بمفاهيم الحاجات والرغبات والميول والمعتقدات[3]. وعلى الرغم من هذا الاهتمام الذى أولاه علماء الاقتصاد Economics وعلماء النفسPsychologists والفلاسفة Philosophers بالقيم، نجد أن علماء الاجتماع Sociologists ظلوا يتجنبون التعامل مع القيم بحثيًا على أساس اعتقادهم بأنها أشياء ذاتية لا تدخل ضمن الحقائق الاجتماعية Social Facts، مما يتعارض مع الحياد العلمى الذى يسعى علماء الاجتماع نحو تحقيقه.

---

(1) فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003، ص20.

(2) أحمد أنور: الانفتاح وتغير القيم فى مصر، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992، ص17.

(3) عبد اللطيف محمد خليفة: "ارتقاء القيم: دراسة نفسية "، مرجع سابق، ص41.

ومع ظهور الدراسة التى قام بها "توماس Thomas، وزنانيكى Znaniecki" ونشرت فى كتاب "الفلاح البولندى فى أوربا وأمريكا The Polish Peasant in Europe and America " عام 1918، وضع حجر الأساس لدراسة القيم اجتماعيًا. إلا أنه يعتبر عام 1949 البداية الحقيقية لدراسة القيم دراسة علمية اجتماعية[1]. ومع ذلك التاريخ اتضح أن القيم تمثل حقائق أساسية فى البناء الاجتماعى، وعناصر بنائية هامة فى التفاعل الاجتماعى وتمثل أساسًا جوهريًا فى النظرية الاجتماعية وموضوعًا ضروريًا للبحث الاجتماعي[2].

ومن خلال الاهتمامات المتنوعة لكلا من الفلاسفة وعلماء الاقتصاد والنفس والاجتماع ظهرت قاعدة كبيرة من التعريفات صنفها الباحث فى خمسة أبعاد (المثالي، الذاتي، الاجتماعي، الثقافي، المادي). تمثل جوانب للقيم، ولكن قبل عرض تلك الأبعاد يوضح الباحث المعنى المعجمى لمفهوم القيم:

1. المعنى المعجمى لمفهوم القيمة:

يشتق الأصل المعجمى لكلمة "القيمة" من الفعل " قوم"، وتعنى فى اللغة العربية ثمن الشيء بالتقويم، حيث يقال "كم قامت ناقتك" أى كم بلغت من الثمن[3]. وهذا المعنى يطرح دلالة مادية للقيمة، فى حين نجد معنى آخر ذو دلالة معنوية مفاده أن قيمة الشيء قدره، وقيمة الإنسان طوله، وقيمة المتاع ثمنه، وما له قيمة له ثبات ودوام على الأمر[4]. ويعطى المعنى العربى للقيمة دلالتان، إحداهما معنوية

(1) David. L. Sills: International Encyclopedia of Social Science, Macmillan Company, N.Y, 1968, V. 16, P.285.

(2) Duncan, Mitchell: A Dictionary of Sociology, London: Routdlege and Kegan Poul, 1968, P. 218.

(3) ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، 1986، ص500.

(4) إبراهيم مدكور "محررًا": المعجم الوسيط ط2، ج2، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1996، ص768.

والأخرى مادية.

وتشير كلمة قيمة Value فى اللغة الإنجليزية إلـى جـدارة وفائـدة الـشيء وأهميته[1]. فالمعنى المعجمى فى اللغة الإنجليزية يشير إلى الجانب المعنوى للقيمة، وتعتبر كلمة القيمة هى الترجمة العربية للكلمـة الإنجليزيـة Value والفرنـسية Valeur[2] والألمانية Werte[3].

2. مفهـوم القيم: Value Concept

يتم تعريف مصطلح القيم من خلال التعرف على أبعاد للقيم الخمسة على النحو التالى:

أولاً: البعد المثالي:

يرى بعض العلماء أن القيم مثل عليا مجردة، يجب السعى من أجل تحقيقهـا، بالرغم من أنها صعبة المنال، فعلى سبيل المثال يذهب "توماس الأكـويني" إلـى القول بأن قيمة السعادة لا تتحقق إلا برؤية الإنسان لله، وهى قيمة لا يمكن تحقيقها إلا لمن اصطفاه الله وكرمه برؤية وجهه الكريم، ومن ثم تظل السعادة كقيمة مجردة ومثالية بالنسبة لجميع البشر غير المصطفين[4].

ومن العلماء الذين أبرزوا الجانب المثالى للقيم كلاً مـن "دود"، و"دوركـايم"،

---

(1) Merio Pei: The Webester Reference Dictionary of English Language, U. S. A., The Delair Publishing Company, Vol. 11, Inc., 1981, P. 1093.

(2) أحمد زكى بدوى: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص438.

(3) صلاح قنصوة: نظرية القيمة فى الفكر المعاصر، دار الثقافة العربية للطباعة والنشر، القاهرة، 1981، ص14.

(4) أحمد أنور: الانفتاح وتغير القيم فى مصر، مرجع سابق، ص17.

فالقيم من وجهة نظر "دود Dodd " (تشير إلى المرغوب فيه)، بمعنى أى شئ مرغوب فيه أو مختار من شخص ما فى وقت ما[1]. وينظر "دوركايم Durkhim " إلى القيم على إنها (مثاليات يسعى الأفراد نحو تحقيقها وبدونها لا تقوم للمجتمع قامة ولا يمكن تطويره)[2].

فالقيم مقولات للإدراك وميكانزيمات التضامن الاجتماعيSocial Solidarity[3] ففى المجتمعات التى يسودها التضامن الآلى تلعب القيم دورًا هامًا فى ضبط أفعال أعضاء المجتمع من خلال الضمير الجمعي، أما المجتمعات التى يسودها التضامن العضوى، فتتنوع القيم وتخرج عن نطاق الأفعال الخاصة وتدخل فى شكل الأسس الهامة التى تصل إلى درجة المثل الأكثر تجريدًا وعمومية داخل المجتمع[4] " فدوركايم" قد جعل القيم مثاليات اجتماعية أى معايير اجتماعية Social Norms يجب السعى نحو تحقيقها، فهى مثاليات ولكن لابد من تحقيقها لأنها قابلة للتحقق.

وتتفق التعريفات السابقة للقيم فى النظر إليها على إنها (مثاليات مرغوب فيها أو مرغوب عنها قد يحققها الفرد أو لا يحققها).

---

(1) على عبد الرازق جلبى وآخرون: علم الاجتماع الثقافى، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 141.

(2) نادية رضوان: الشباب المصرى وأزمة القيم، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1997، ص115.

(3) محمد أحمد بيومى: علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990، ص10.

(4) عبد الباسط عبد المعطى: "عرض تحليل لمفهوم القيم فى علم الاجتماع"، المجلة الاجتماعية القومية، ع1، مج7، يناير، 1975، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، ص106.

ثانيًا: البعد الذاتي:

ينظر في ضوء هذا البعد إلى القيم على إنها رغبات، أو حاجات، أو معتقدات، أو دوافع، أو تفضيلات، ومن أبرز ممثلي تلك الاتجاه الموسوعة النفسية، "فيرتشيلد"، "فيذر"، "بيل روكتش"، "مالينوفسكي"، "يونج"، "سمنر".

تعرف القيم في الموسوعة النفسية بأنها (كل ما نؤثره، ونفضله، ونختاره من موضوعات، تتجه إليها رغباتنا، وتمليها علينا حاجاتنا)[1]. ووفقا لهذا التعريف نجد أن الرغبة والحاجة مصادر أساسية للقيم

ويعرف " فيرتشيلد Fairchild " القيم بأنها عبارة عن (قدرة يعتد بها في موضوع معين، بحيث تشبع الرغبة الإنسانية، فهي أشياء بديهية ملازمة للطبيعة البشرية ومصدر للسلوك العقلي الواعي)[2].

ويعرف "فيذر Feather" القيم بأنها (بناء مترابط يتضمن الوجدان والحالة التي يعيش فيها الفرد والتي تكون ما يراه حسنًا أو سيئًا، إيجابيًا أو سلبيًا). أما " بيل روكيتش" فيعريف القيم بأنها عبارة عن (معتقد ثابت نسبيًا يحمل في فحواه تفضيلاً شخصيًا أو اجتماعية لغاية من غايات الوجود أو لشكل من أشكال القول المؤدية إلى هذه الغاية)[3].

ويذهب " مالينوفسكي Malinowski"إلى القول بأن القيم تنطوي على اتصال قوي وحتمي بموضوعات أو أشخاص ينظر إليهم باعتبارهم وسيلة لإرضاء حاجات

---

(1) عبد المنعم الحفني: الموسوعة النفسية: علم النفس في حياتنا اليومية، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1995، ص89.

(2) Henery Fairchild: **Dictionary of Sociology**, Macmilvtty, U.S.A, 1950, P 50.

(3) عبد اللطيف محمد خليفة: "ارتقاء القيم: دراسة نفسية "، مرجع سابق، ص47.

الكائن الحي[1]، وتبرز رؤية "ماليتوفسكي " علاقـة القـيم بالحاجـات الإنـسانية Human Needs التي ستتضح من خلال رؤية كلاً من "يونج Young، " وسمنر Sumner" حيث نظرا إلى القيم من خلال البواعث "Drives" التي تدفع الإنـسان إلى السلوك الجمعيCollectiv Behaviour لإشباع حاجات الفرد، وهذه البواعث يعبر عنها من خلال ثلاثة أو أربعة حاجـات بيولوجيـة (المأكـل، والمـشرب، والمسكن، والجنس)، والحاجة إلى الأمن، والحاجة إلى تقدير الذات[2].

في حين تعرف القيم في المعجم الموسوعي لعلم الاجتماع على أنها (تـصور جمعي وفردي لما هو مرغوب فيه، مشتملاً على العناصر الرمزية والعاطفية التي تمثل القيم مستوى منهما حيث ينطوي على معنى ذاتي يحدده الأفراد لها)[3].

وفي ضوء التعاريف السابقة لاحظ الباحث أن القيم عبـارة عـن (رغبـات، وحاجات، وتفضيلات ذات أهمية يجب إشباعها على مستوى الفرد والمجتمع، وهي معيار لتحديد ما هو إيجابي وما هو سلبي).

ثالثًا: البعد المادي للقيم: Material Dimension

يتضح البعد المادي للقيم من خلال النظر إليها على إنها تقدير مادي للـشيء، وذلك ما جاء في آراء بعض العلماء أمثال "آدم سميث"، و"بارك"، و"برجس".

يرى " آدم سميث A. Smith " أن القيم تشير إلى (الشيء المرغوب فيـه أو

---

(1) محمد احمد بيومي: علم اجتماع القيم، مرجع سابق، ص149.

(2) عبد الباسط محمد عبد المعطي: "عرض تحليلي لمفهوم القيم في علم الاجتماع"، مرجع سابق، ص109.

(3) Richard A. Wanner: The Encyclopedic Dictionary of Sociology, 3rd edition, U. S. A.: Dushkin Publishing, 1986, P. 33.

الشيء ذو المنفعة التي ترضى وتلبى المطالب الإنسانية)[1]. ويرى "بيرجس Burges، وبارك Park " أن القيم (أي شيء قيمته قابلة للتقدير)[2].

ويتجسد المعنى المادى للقيم في علم الاقتصاد، حيث تأخذ القيم معنيان هما:

الأول: قيمة الشيء للمنفعة: Value in use وتعنى صلاحية الشيء لإشباع حاجة.

الثاني: قيم الشيء للتبادل: Value in Exchange أى قيمته كمتاع للتبادل في السوق[3].

والمعنيان ذو دلالة مادية، فالقيمة في ضوء تلك الرؤى تأخذ طابعًا ماديًا، ولكن ليست القيم قاصرة على البعد المادى، والذاتي، والمثالى فقط، بل هناك أبعاد أخرى منها الاجتماعي والثقافي.

رابعًا: البعد الاجتماعي: Social Dimension

من أهم التعريفات التي توضح البعد الاجتماعي للقيم تعريفات كلاً من " توماس، و"زنانيكى"، و"بارسونز"، و"ميرتون"، و"كلايد كلاهون"، وفيما يلي يتضح ذلك.

يرى " توماس، وزنانيكى Thomas & Zaneneky" أن القيم عبارة عن (أي شئ له محتوى من السهل الوصول إليه، وله معنى لدى أعضاء الجماعة الاجتماعية

---

(1) محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم، مرجع سابق، ص 74 – 75.

(2) على عبدالرزاق جلبي وآخرون: علم الاجتماع الثقافي، مرجع سابق، ص 141.

(3) إبراهيم مدكور: "محررا" معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص473.

Social Group، فالقيم ذات محتوى امبريقى من السهل الوصول إليهـا بالنـسبة لأعضاء الجماعة، وله معنى يصبح من اجله موضوعا للنشاط)[1].

يعرف " تالكوت بارسونز T. Parsons" القيم بأنها (عنصر فى نسق رمـزى مشترك، يؤخذ كمعيار للاختيار بين بدائل توجهات الفعل، ويظهـر دوره بـشكل جوهرى فى موقف الفعل) [2]. والقيم فى ضوء ذلك، عبارة عن موجهات للفاعـل، تلزمه بالمحافظة على معايير الجماعة، والمجتمع، وتساعده على الاختيـار بـين الأفعال الاجتماعية.

ويرى "بارسونز" أن القيم عنصر من عناصر الثقافة Culture يعتمد عليهـا كمعيار للاختيار بين ما هو أفضل وسيئ من الأفعال.

ومن ناحية أخرى يرى "بارسونز" أن البناء الاجتمـاعى Social Structure يتشكل من وحدات اجتماعية، والعلاقات التى تنشأ بـين هـذه الوحـدات، <u>وهـذه العلاقات تنطوى على مستويين:</u>

المـستوى الأول: يضم القيم التى تمثل النمط المعيارى الذى يحـدد الـسلوك المرغوب فيه بالنسبة للنسق وعلاقته بالبيئة.

المستوى الثانى: العرف الذى يحدد السلوك المرغوب فيه بالنسبة للوحـدة أو مجموعة الوحدات[3].

يرى "بارسونز" أن القيم كظاهرة اجتماعية تؤثر على الأنـساق الاجتماعيـة

---

(1) على عبد الرازق جلبى وآخرون: <u>علم الاجتماع الثقافى</u>، مرجع سابق، ص141.
(2) Talcott Parsons: <u>The Social System</u>, N. Y.: Macmillan Company, 1972, P. 12.
(3) على ليلة: <u>البنائية الوظيفية بين علم الاجتماع والأنثروبولوجيا: المفاهيم والقضايا</u>، دار المعارف، القاهرة، 1982، ص345.

الأخرى الموجودة بالمجتمع، فهى تلعب دوراً وظيفيًا هامًا، يتجسد في تحديد أهداف الأفراد داخل المجتمع، والوسائل المسموح بها لتحقيق هذه الأهداف، وتقلل في الوقت نفسه من حدة الصراع وانتشار الفوضى في المجتمع[1].

ولقد أدى الاهتمام الذى أولاه " بارسونز" بالقيم إلى القول بأن علم الاجتماع الذى قدمه "بارسونز" انصب حول دور القيم فى تحديد الحياة الاجتماعية والتنظيم الاجتماعي Social Organization، فالقيم لدى "بارسونز" هى مصدر كل المعانى لأى فعل اجتماعي Social Action والمحدد النهائي لظروف الفعل المختلفة[2].

ولقد اهتم " روبرت ميرتون R. Merton" بدراسة القيم لدورها المهم فى تحقيق التوازن المجتمعى، وخاصة عندما يلتزم بها الأفراد ويتفقون عليها، كما أنها قد تحقق اللاتوازن عندما تكون قيم سلبية، ويذهب "ميرتون" إلى القول بأن المجتمعات البدائية Primitive Socities تسودها حالة من الالتزام القيمى من قبل الأفراد، أما المجتمعات الصناعية Industrial Societies فإنها تعيش حالة من الأنومى (اللامعيارية) Anomie نتيجة عدم الالتزام القيمى أو الاتفاق القيمى فهى مجتمعات غير متوازنة.

ومن ناحية أخرى، يرى " ميرتون" في ضوء نظرته البنائية للمجتمع، أن المجتمع يتكون من نمطين من الأبنية:

الأول: البناء الاجتماعي Social Structure وهو عبارة عن) مجموعة من

---

(1) نوال محمد عمر: دور الإعلام الدينى فى تغير بعض قيم الأسرة الريفية الحضرية، نهضة الشرق، القاهرة، 1984، ص ص112 – 113.

(2) جى روشيه: علم الاجتماع الأمريكي: دراسة لأعمال تالكوت بارسونز، (ترجمة) محمد الجوهرى وآخرون، دار المعارف، القاهرة، 1981، ص ص245 – 246.

العلاقات الاجتماعية، التي يشترك فيها أعضاء الجماعة أو المجتمع باستمرار).

الثاني: البناء الثقافي Cultural Structure وهو عبارة عن (مجموعة القيم المعارية المنظمة التي تحكم السلوك، والشائعة بين أعضاء جماعة أو مجتمع معين)[1]، ويتكون البناء الثقافي من عنصرين هامين هما:

أ. الأهداف المحددة ثقافيًا.

ب. الوسائل المحددة لتحقيق هذه الأهداف.

ففي المجتمع المتوازن يوجد تكامل بين الأهداف والوسائل المتاحة لتحقيقها، في حين يسود في المجتمع غير المتوازن عدم تكامل بين الأهداف والوسائل المتاحة لتحقيقها[2]. إذن فالقيم من وجه نظر" ميرتون" عبارة عن (وسائل لتحقيق التوازن المجتمعي من خلال تعريف الأفراد بالطرق المشروعة لتحقيق أهدافهم).

وقد لاحظ الباحث أن هؤلاء العلماء قد ربطوا بين القيم، والمعايير، والأفعال الاجتماعية، على أساس أنها تعكس القيم التي يؤمن بها الأفراد، وقد تم صياغتها في شكل معايير يلتزم بها الأفراد في أفعالهم الاجتماعية.

خامسًا: البعد الثقافي Culture Dimension

لقد عبر العلماء عن البعد الثقافي للقيم في إشارات ضئيلة ومتفرقة، وجاءت هذه الإسهامات لدى كلاً من" روث بندكت "، و"ألفريد كروبر" و"كلايد كلهون" وغيرهم.

---

(1) علي ليلة: البنائية الوظيفية في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، مرجع سابق، ص ص 416 – 420.

(2) أحمد أنور: الانفتاح وتغير القيم في مصر، مرجع سابق، ص27.

فالقيم لدى البعض تمثل لب الثقافة فهي عبارة عن (فكرة أو معيار ثقافي يقارن على أساسه الأشياء في المجتمع من مشاعر، وأفكار، وأعمال، وصفات، وأشخاص، وجماعات، وأهداف، ووسائل، ولذلك يرتبط بها الأفراد ارتباطاً عاطفياً؛ فهم يسيرون على هديها في توجيه حياتهم، وفي اتخاذ القرارات المتعلقة بشئون حياتهم والحكم على الأشياء)[1].

ومن ناحية أخرى فالقيم (عبارة عن عناصر ثقافية تعبر عن اتجاهات الأفراد واعتقاداتهم، ومثلهم، وأحكامهم، وهذه العناصر تحددها مجموعة من المبادئ التي يضعها المجتمع لتحديد ما هو مرغوب فيه، وما هو مرغوب عنه من أنماط السلوك)[2].

ولقد ذهب بعض العلماء إلى جعل القيم الثقافة نفسها ومن هؤلاء " فولسوم J. V. Folsom "فالقيم من وجهة نظره (نمط أو موقف أو جانب من جوانب السلوك الإنساني أو المجتمع أو الثقافة أو البيئة طبيعية أو العلاقات التي تمارس بين شخصين أو أكثر، كما لو كانت غاية في حد ذاتها، فالقيم شيء يحاول الناس حمايته والتزود به والحصول عليه ويشعرون بالسعادة عندما يتجهون إلى ذلك)[3].

من خلال تحليل التعاريف السابقة التي قدمت عبر الأبعاد الخمسة للقيم، وجد الباحث إنها اتفقت حول الوظائف التي تحققها القيم في المجتمع والتي من أهمها:-

---

(1) جلال مدبولي: " القيم الاجتماعية والتنمية بين الريف والحضر"، المجلة الاجتماعية القومية، مج23، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، يناير – مايو – سبتمبر 1986، ص50.

(2) السيد عبدالعاطي السيد: المجتمع والثقافة والشخصية: دراسة في علم الاجتماع الثقافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص17.

(3) محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم، مرجع سابق، ص149.

1-تعيين الطرق المشروعة لتحقيق الأهداف وحث الأفراد على اتباعها.

2-توفير الأمن والضبط الاجتماعي Social Control.

3-تحقيق الترابط الاجتماعي داخل المجتمع.

كما وجد الباحث أن المهتمين بتعريف القيم اختلفوا في أربعة فرق وهم:

الفريق الأول: ينظر إلى القيم على إنها مثاليات من الممكن تحقيقها، وهم الفلاسفة.

الفريق الثاني: ينظر إلى القيم على إنها تفضيلات، ورغبات، وحاجات، وميول يجب إشباعها وهم علماء النفس.

الفريق الثالث: ينظر إلى القيم على أنها أشياء مادية ذات قيمة وهم علماء الاقتصاد.

الفريق الرابع: ينظر إلى القيم على أنها معايير للفعل، يجب الالتزام بها، أو هي أفعال اجتماعية تعكس معايير معينة. وهم علماء الاجتماع والثقافة.

ويتفق الباحث مع الفريق الرابع، في النظر إلى القيم على أنها معايير للفعل يجب الالتزام بها، كما يتناول الباحث القيم إجرائيا على أنها (مجموعة من موجهات الفعل الاجتماعي، المرتبطة بالحياة الأسرية والسياسية للمشاهد، والتي قد تتأثر بمشاهدته للقنوات الفضائية العربية والأجنبية).

2- خصائص القيم:

في ضوء ما سبق من تعريفات، يمكن توضيح بعض من خصائص القيم، كعنصر ثقافي مهم في المجتمع. فالقيم كأساليب، وقوالب، وأوضاع للتفكير والعمل الإنساني، تعمل على تحديد الغايات المرغوبة والمستحقة اجتماعيًا، والتي يجب على

الأفراد أن ينجزونها، وتتسم القيم بالخصائص الآتية:

أ- "التلقائية":

فالقيم من صنع المجتمع، وليست من صنع فرد أو جماعة، بالرغم من أنها ذات طبيعة فردية حيث ترتبط بحاجات الإنسان المباشرة الحيوية والنفسية، وترتبط أيضًا بالحاجات الاجتماعية فى إطار المحيط الاجتماعى الذى يعيش فيه الإنسان[1].

ب- "النسبية":

تختلف القيم عند الشخص الواحد بالنسبة لحاجاته، ورغباته، وتنشئته، فضلاً عن اختلافها من شخص لآخر، ومن زمن لآخر، ومن مكان لآخر ومن ثقافة لأخرى.

ج- "الذاتية والموضوعية":

فالقيم ذاتية شخصية، تنطوى على تقدير شخصى، وتعبر عن عناصر شخصية[2]. وفى نفس الوقت توجد خارج ذات الأفراد وعند تجسيداتهم الفردية.

د- "التاريخية والاجتماعية والثقافية":

توجد القيم فى كثير من المجتمعات البشرية قديمها وحديثها، متأخرة ومتقدمة، وهى التى تحدد سلوك الإنسان لأنها موجودة فى سلوكه وترسم مقوماته.

---

(1) نوال محمد عمر: دور الإعلام الدينى فى تغير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية، مرجع سابق، ص171.

(2) فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، مرجع سابق، ص ص29 – 31.

هـ- " الإلزام والقهر":

تعكس القيم مدى الضبط السائد في المجتمع[1]

د: أنماط القيم: Patterns of Value

يميل بعض الباحثين في العلوم الاجتماعية، إلى تصنيف القيم في أنماط متعددة من خلال توزيعها في فئات أو مجموعات، وفقًا لبعد من الأبعاد التي يحددها كل باحث، وعلى الرغم من عدم الاتفاق على الأبعاد المتعددة للتصنيفات، إلا أن التصنيف في حد ذاته يساعد الباحث في فهم الظاهرة التي يدرسها[2]، ويوضح الجدول التالي أنماط القيم.

---

(1) عبد اللطيف محمد خليفة: "ارتقاء القيم: دراسات نفسية"، مرجع سابق، ص46.

(2) أحمد أنور: الانفتاح وتغير القيم في مصر، مرجع سابق، ص33.

جدول رقم (1): تصنيف سداسي الأبعاد للقيم(*)

الأبعاد	المحتوى Content	المقصد Intent	الشدة Intensity	العمومية Generality	الوضوح Explicitness	الدوام Permanency
أنماط القيم	1. قيم نظرية Theoretical Values 2. قيم اقتصادية Economic Values 3. قيم سياسية Political Values 4. قيم اجتماعية 'Social Values' 5. قيم دينية 'Religious Values' 6. قيم جمالية aesthetical Values	1. قيم وسائلية Instrumental Values 2. قيم غائية Ultimate Values	1. قيم تفضيلية Preferential Values 2. قيم مثالية أو طوباوية Utopian Values 3. قيم ملزمة أو آمرة Categorical Values	1. قيم عامة Public Values 2. قيم خاصة Special Values	1. قيم ظاهرة Explicit Values 2. قيم ضمنية Implicate Values	1. قيم دائمة Preeminent Values 2. قيم عابرة Transient Values

(*) للمزيد من التفاصيل حول هذا التصنيف يمكن الرجوع إلى المصدر التالي: فوزية دياب: __القيم والعادات الاجتماعية__، مرجع سابق، ص70 – 92.

ويمكن توضيح أنماط القيم في البعد الأول "المحتوى" على النحو التالي:

أ- القيم النظرية: Theoretical Values

تتجسد في اهتمام الفرد وميله إلى اكتشاف الحقيقة، ويتخذ في سبيل ذلك اتجاهًا معرفيًا من العالم المحيط به.

ب- القيم الجمالية Aesthetical Values:

تتجسد في اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل، وينظر ويقدر العالم المحيط به من ناحية التكوين، والتنسيق، والتوافق الشكلي.

ج- القيم الاقتصادية: Economic Values

تتجسد في اهتمام الفرد وميله إلى كل ما هو نافع، ويتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج، والتسويق، واستهلاك البضائع، واستثمار الأموال، ومن أهمها قيمة العمل والجدية والتفاني.

د- القيم الاجتماعية: Social Values

تتجسد في اهتمام الفرد وميله إلى غيره من الناس، فهو يحبهم، ويميل إلى مساعدتهم، ويجد في ذلك إشباعًا له، ومن أهمها قيمة احترام معايير المجتمع.

هـ - القيم السياسية :Political Values

تتجسد في اهتمام الفرد وميله إلى الحصول على القوة بهدف السيطرة والتحكم في الأشياء أو الأشخاص، ومن أهمها قيمة الانتماء والولاء السياسي.

و- القيم الدينية :Religious Values

تتجسد في اهتمام الفرد وميله إلى الحصول على معرفة ما وراء العالم الظاهري فهو يرغب في معرفة أصل الإنسان ومصيره ويرى أن هناك قوة تسيطر

على العالم الذى يعيش فيه ويحاول ربط نفسه بهذه القـوة، ومـن أمثلتهـا قيمـة التدين[1].

وتركز الدراسة على نمطى القيم القرابية، والقيم السياسية، ومـدى تأثرهمـا بالقنوات الفضائية الوافدة سواء كانت عربية أو أجنبية، ويركز الباحث على هـذين النمطين لان القيم القرابية من أهم وأقوى القيم التى تؤثر على البناء الاجتمـاعى، فالأسرة هى اللبنة الأولى للمجتمع، إذا ترابطت وتماسكت، ترابط المجتمع وتماسك، والعكس صحيح، فقيمة الانتماء الأسرى، قيمة إيجابية تتمتع بها المجتمعات العربية كجزء من ثقافتها.

ومجتمع الدراسة ضمن هذه المجتمعات، وكذلك بالنسبة للقيم السياسية، كقيمـة الولاء السياسى والانتماء السياسى، الذين بدونهما يهدد استقرار النظـام الـسياسى والمجتمع ككل، ويعرض لاهتزازات من الداخل والخارج، وخاصة فى ظل عصر العولمةGlobalization، والنظام العالمى الجديد، اللذين يتخـذان مـن القنـوات الفضائية وسيلة لفرض ثقافة عالمية، ولتحقيق هيمنة سياسية لدول بعينها، تتـولى قيادة العالم، وتسعى لتحقيق هذه الهيمنة وفرض تلك الثقافة مثلما حدث فى مجـال الاقتصاد والتكنولوجيا على المستوى العالمي.

<u>ذ- القيم القرابية Kinship Value:</u>

يعتبر النسق القرابى Kinship System أحد الأنساق الرئيسية فى المجتمـع بوجه عام، وفى المجتمع الريفى على وجه خاص، ويلعب النسق القرابى دورًا هامًا فى تشكيل طابع الحياة الريفية، وفى توجيه سلوك القروى وشخـصيته، ويتجـسد النسق القرابى فى العديد من الظواهر، والنظم، والعلاقات القرابية مثـل الـزواج

---

(1) فوزية دياب: <u>القيم والعادات الاجتماعية</u>، مرجع سابق، ص ص 78 – 79.

والمصاهرة والنسب وغير ذلك[1].

والقيم القرابية قد تشير إلى تلك السلوكيات المرغوب فيها والمطلوب من الشخص القيام بها تجاه أقاربه العاصبون، ومن أبرز القيم القرابية، قيمة العصبية، وقيمة الزواج من الأقارب، وقيمة احترام كبار السن، وقيم إنجاب الكثير من الأبناء، وقيمة تفضيل الذكور على الإناث ولما كانت قيمة الانتماء الأسرى من أهم القيم القرابية، نظرا لأنها تؤثر فى كل القيم الأخرى، ويتجه الباحث نحو تعريف مفهوم الانتماء الأسرى في ضوء معنى العصبية أو الجمعية عند بن خلدون.

1. مفهوم الانتماء الأسرى: Family Belongingness

تشتق كلمة العصبية فى اللغة العربية من المصدر "عصب"، وعصب الرجل "بنوه وقرابته لأبيه"، والعصبية الذين يرثون الرجل عن كلالة من غير والد ولا ولد، وتعنى أيضًا أى العصبية "شدة ارتباط المرء بعصبيته أو جماعته والجد فى نصرتها"[2]، وعصب كلمة تعد مصدر لكلمة عصبية وتعنى "جمع واجتمع وتجمع فى مكان ما" ويطلق فى اللغة العربية على الأفعال الناجمة عن العصب، من تعاضد وتشيع اسم عصبية"[3].

وفى الحقيقة يعد "ابن خلدون" أول من استخدم هذا المفهوم، وتناوله بالدراسة العلمية في مقدمته الشهيرة(*) ويشير مفهوم العصبية لديه إلى (الشعور والوعي

---

(1) كمال التابعى: دراسات فى علم الاجتماع الريفى، دار المعارف، القاهرة، 1993، ص263.

(2) ابن منظور: لسان العرب، مرجع سابق، ص605.

(3) صلاح الدين بسيونى: السياسة والاقتصاد عند ابن خلدون، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، 1999، ص42.

(*) المقدمة عنوانها "كتاب العبر وديوان المبتدأ والخبر فى أيام العرب والعجم والبربر ومن عاصرهم من ذوى السلطان الأكبر".

بالانتماء إلى الجماعة والتوحد معها)[1] ويشير التوحد إلى المشاركة والتجانس الفكرى معها.

وللعصبية معانٍ متعددة لدى" ابن خلدون"، عرضها شراح مقدمته، فقد تشير إلى روح التضامن Esprit de Corps، وتظهر بين الأفراد المنتمين إلى المهنة الواحدة، كما ترجمها "تمونتية" بأنها روح التضامن القبلى Esprit de dan الذى يظهر بين أفراد القبيلة الواحدة أو الطائفة الواحدة، وهناك استعمالات أخرى منها التضامن Solidarity والولاء للجماعة Group Loyalty والشعور الجمعى Group Feeling، وتعكس هذه المترادفات معانٍ متعددة مثل الوفاء للجماعة، والرغبة فى الدفاع عنها، أو الإرادة الجماعية فى الحصول على السلطة أو خير الجماعة.

وتؤدى العصبية أو النزعة الجمعية Collectivsm من وجهة نظر" ابن خلدون" وظائف كثيرة، منها تحقيق الحماية والمدافعة والحصول على الملك، وفى ذلك يقول ابن خلدون " "الرئاسة لا تكون إلا بالغلب، والغلب إنما يكون بالعصبية"، و"الملك إنما يحصل بالتغلب، والتغلب إنما يكون بالعصبية"[2]. كما تؤدى العصبية إلى التكتل والتضامن الاجتماعي والوحدة والإسراع فى تقديم يد العون والمساندة إلى كل من يحتاج إليهم من أعضاء المجتمع، والدفاع عنه وحمايته، كما أنها تؤدى إلى الحفاظ على العصبة واستمرارها فى الوجود، كوحدة متمايزة وقائمة بذاتها اجتماعيًا وثقافيًا، فهي تفرض التزامات اجتماعية على الأفراد العاصبيون تجاه

---

(1) السيد حامد: القرابة عند بن خلدون وروبرت تمسون سميث، المركز العربى للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1996، ص43.

(2) صلاح الدين بسيونى: السياسة والإقتصاد عند بن خلدون، مرجع سابق، ص ص 41 – 43.

عصبيتهم[1].

ويرى باحثي الثقافات عابرة المجتمعات أن الجمعية أو العصبية تمثل رابطـــة أو نزعة أو ثقافة تربط الفرد بالجماعة، وتظل ملازمة له طوال حياتــه. وترتكــز النزعة الجمعية على قيم الانسجام والإذابة في حياة الجماعة، وتحل فيها الأهــداف المجتمعية محل الأهداف الفردية من أجل خدمة الجماعة، والجمعية كرابطة عاطفية توجد في الجماعات الأولية Primary Groups كالأسرة وجماعة الجوار، ويتــسم الأشخاص الجمعيون(*) بأنهم ليسوا أفرادًا منعزلين، بل هم أعضاء نشطين معتمدين على غيرهم في شكل متبادل. والنزعة الجمعية أو العصبية تقوم على قيم المشاركة والتعاون كأساس لبناء الجماعة واستمرارها.

والشخص الجمعي موجه من قبل الجماعة التي ينتمي إليهــا أي يتــأثر بهــا ويخضع لها، فهو يمنح عضويتها من خلال التزامه بالوفاء بالواجبات والالتزامات الاجتماعية التي تتطلبها الجماعة، كما أن الشخص الجمعي يخضع لشكل من التنشئة الاجتماعيةSocialization، يؤكد على تعلم أساليب المشاركة والتعاون والانسجام، فالآباء الجمعيون يعلمون أبنائهم أهمية العصبية والنسب، وقيم المجتمع الجمعي أو الثقافة الجمعية التي تؤمن بسيطرة رب الأسرة، وتحدد مكانة الأبناء حسب الجنس والعمر[2].

---

(1) السيد حامد: القرابة عند بن خلدون وروبرت شيون سميث، مرجع سابق، ص43.

(*) الجمعيون: أشخاص يتسمون بحبهم الشديد للجماعة الأسرية أو القبلية، ويرتبطون بها، يشاركونها جميع الأنشطة، ويسهمون في حل مشكلاتها، ملتزمون بمعاييرها، وخاضعون لأوامرها.

(2) James W. Neulip: Intercultural Communication: Acontextual Approch, Houghton, Mifftin Company, N.Y., 2000, PP. 32 – 36.

ولكن هل العصبية قاصرة في وجودها على المجتمع البدوى والريفى فقط، أم توجد أيضًا بالمجتمع الحضري؟ يرد بن خلدون على هذا التساؤل بأن العصبية توجد في كل المجتمعات فهى أمر طبيعى "إن صلة الرحم طبيعى فى البشر إلا فى القليل" فهى موجودة بالمجتمع الحضرى وتعتمد على الصداقة والمحبة والعقيدة[1].

ويشير مفهوم الانتماء الأسرى إلى (الانضمام أو الانتساب إلى جماعات الأسرة، والقرابة، والصداقة، والزواج، والمنظمات الاختيارية Voluntary Organizations التي يرتبط بها الفرد) [2].

وفى ضوء ما سبق يتبنى الباحث مفهومًا إجرائيًا لقيمة الانتماء الأسرى على إنها (توجه قيمي يدفع بالفرد إلى الإقامة مع الأسرة، والمشاركة في حل مشكلاتها، والسماح للأسرة بمشاركته في اتخاذ قراراته المعيشية).

ويقصد الباحث بالأسرة هنا أسرة التوجيه (أسرة الأب والأم والاخوة والأخوات سواء كان المشاهد متزوج أو أعزب).

2. مفهوم الفردية: Individualism

نمت الفردية وترعرعت فى القرنين الرابع والخامس عشر، وهي تجسد حق الاختيار الفردى الذى يصفه الألمان بثورة "روميو، وجوليت" الذى ساد فى الغرب فى القرن التاسع عشر الميلادى من أجل المطالبة بحقوق متساوية للجميع حتى إن أفقر الفقراء فى إنجلترا له حياة خاصة يحياها مثل أغنى الأغنياء[3].

---

(1) السيد حامد: القرابة عند بن خلدون وروبرت تيمون سميث، مرجع سابق، ص46.

(2) نجلاء عبدالحميد راتب: الإنتماء الاجتماعي للشباب المصري، مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر، القاهرة، 1999، ص 152.

(3) صموئيل هنتنجتون: صدام الحضارات وإعادة صنع النظام العالمي، (ترجمة) احمد الشايب، دار الكتب المصرية، القاهرة، 1998، ص118.

يرى "دوركايم" أن الفردية تنمو في المجتمع الذي يسوده التضامن العضوي، حيث تقسيم العمل وزيادة معدلات التخصص، في حين تنمو بشكل ضعيف جدا في المجتمعات التي يسودها التضامن الآلي حيث يتشابه الأفراد في قيمهم ومعتقداتهم التي تمثل موجهات للفعل الاجتماعي[1].

وارتبطت الفردية بالمعيشة في المدن ومن أهم مظاهرها تعبير الفرد عن ذاته بشكل لافت، وتتجسد الفردية في المدينة كنتيجة لانحسار سلطة المجتمع وضوابطه غير الرسمية، واختلاف الميول والأفكار، والقيم الحضارية خير دليل على ذلك على عكس القيم السائدة في المجتمع الريفي[2].

ويشير مفهوم الفردية إلى (اهتمام الفرد بشئونه ومصالحه فقط، دونما النظر لمصالح الآخرين)، ومن ابرز مخاطر الفردية، إنها تحطم البناء الاجتماعي، حيث يصبح الفرد اكثر معرفة بمسئولياته نحو نفسه واقل معرفة بمسئولياته تجاه الأسرة والمجتمع[3].

وتشير الفردية إلى (اهتمام الفرد بنفسه، ومحافظته على ذاتيته، واستقلاليته، وكيانه)، ويرى أنصار المذهب الفردي بان الإنسان فردي النزعة، وان المجتمع مفروض عليه من الخارج متحكم فيه بغير إرادته[4].

---

(1) سامية جابر، نعمات عثمان: __الاتصال والإعلام__، مرجع سابق، ص54.

(2) سامية الساعاتي: __الاختيار للزواج والتغير الاجتماعي__، القاهرة: مكتبة سعيد رأفت، 1989، ص108.

(3) سناء الخولي: __التغير الاجتماعي والتحديث__، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1993، ص186.

(4) أبو زيد بن محمد مكي: __ظاهرة الصراع في الفكر الغربي بين الفردية والجماعية__، 2005/5/12.

WWW.alqim.com/index.cfm?methode=home.com&contenltid=77

والفردية كمذهب وسياسة تؤكد على النزعة الذاتية أو الشخصية دون غيرها، وهي كأيديولوجيا ترتبط بمذهب اللذة والمنفعة، وترتبط بمؤيدي التعاقـدات الحـرة والأنشطة التنافسية ومنهم أنصار مبدأ "دعه يعمـل دعـه يمـر Laisser Faire، Laisser Passer"[1]. ويؤكد أنصار المذهب الفردي على أن خير المجتمع يتحقق عن طريق حماية حقوق الأفراد، واتساع المجال لتمتعهم بملكيتهم، ويؤكد أنـصار هذا المبدأ أن المجتمع يعتبر تجمعًا إراديًا، قد يرفض من أي فرد إذا ما غير رأيـه لأي سبب من الأسباب، ويرى أنصار هذا المذهب أن الفردية هي الوسيلة الوحيدة التي تضمن الالتزام السياسي وتقيم أسسه[2].

وتبقى الفردية علامة مميزة للغرب بين حضارات القرن العشرين، ففي تحليل تضمن عينات مماثلة من خمسين دولة، كانت أعلى عشرين دولة في قائمة الـدول الأكثر ممارسة للفردية بين أفرادها، جميع الدول الغربية، ماعدا البرتغال بالإضافة إلى إسرائيل، وفي تقرير آخر، أظهرت إحدى الدراسات أن الفردية نزعـة تـسود المجتمعات الغربية في حين تسود الجماعية مناطق أخرى من العالم، كما أظهـرت الدراسة أن القيم الأكثر أهمية في الغرب هي تلك الأقل في أنحاء العالم[3].

وفي ضوء ما سبق يتبنى الباحث مفهومًا إجرائيًا لقيمة الفردية على أنها (توجه قيمي يدفع الفرد إلى القيام بأفعال من أجل تحقيق مصالحه الشخصية، ولـيس مـن أجل أسرته، كما أنه لا يخضع في قيامه بأفعاله لأية سلطة أسرية).

---

(1) Henery Fairchild, Op. Cit., P. 153.

(2) علي الدين هلال، نفين سعد: معجم المصطلحات السياسية، مركز البحوث والدراسات السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1994، ص144.

(3) صموئيل هنتنجتون: صدام الحضارات، مرجع سابق، ص118.

هـ: القيم السياسية: Political Value

1- مفهوم الولاء السياسي Political Loyality

يستخدم مصطلح الولاء للدلالة على الصلات والعواطف التى تربط الفرد بالجماعة (كالأسرة – العمل – الوطن) أو شعائرها أو الإخلاص لما يعتقده الفرد أنه صواب، فقد يكون الولاء طبيعيًا Natural، ويجب على كل مواطن نحو السلطة الحاكمة ونحو الوطن الذى يقيم فيه مقابل تمتعه بالحماية والأمن، وقد يكون الولاء واقعيًا Actual وهو الولاء الذى يتوقع من الأجنبى نحو حكومة البلاد التى اختارها لإقامته[1].

ويشير الولاء إلى (شعور بالارتباط لشئ ما خارج نطاق الذات "جماعة، منظمة، قضية، فكرة" مما يدفعه إلى إعلان تأييده للأهداف التى يخلص لها أو يرتبط بها الفرد مع الإصرار على تأييدها طوال الوقت وتحت كل الظروف التى تحدد درجة الأخلاقيات والعاطفة والتضحية المادية للأفراد). [2] ويوضح هذا التعريف البعد الاجتماعى والسياسى للولاء المتجسد فى تأييد الفرد، ومناصرته لأفكار جماعه اجتماعية يشعر نحوها بالولاء.

كما يشير الولاء إلى (إخلاص وحب شديدين يوجههما الفرد نحو موضوع معين كالوطن أو مذهب دينى أو حزب سياسى أو زعيم سياسي، بحيث يضحى الفرد لصالح موضوع ولائه، بمصالحه الشخصية، وقد تصل عاطفة الولاء هذه إلى حد أن يضحى الفرد بحياته، بل وبحياة أسرته دفاعًا عن موضوع ولائه، فالولاء عاطفة تلقائية وقناعة ذاتية يتبناها الفرد قلبًا وعقلاً دون أن تعرض عليه من سلطة

---

(1) أحمد زكى بدوى: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص16.

(2) نجلاء عبد الحميد راتب: الإنتماء الإجتماعي للشباب المصري، مرجع سابق، ص 152.

لا يستطيع مقاومتها أو الوقوف في وجهها[1].

كما يشير الولاء السياسي إلى (الخضوع السياسي المصحوب بالوفاء)[2]، كما يشير إلى تلك الواجبات القانونية التي يخضع لها الفرد تجاه سيادة الدولة التي يحمل جنسيتها[3]، وهذا الخضوع، وتلك الواجبات إرادية وليست جبرية، يقوم بها الفـرد نتيجة شعوره بالولاء ورغبته في تجسيد هذا الشعور.

والولاء السياسي يشير إلى (علاقة تربط بين الحاكم والمحكوم، وتنطوي هـذه العلاقة علي قوة عاطفية يشعر بها الفرد تجاه موضوع ولائه، كما أنها واجب على كل فرد تجاه السلطة الحاكمة)[4].

تؤكد التعريفات السابقة على وجود ثلاثة أنماط من الولاء وهي:

1- الولاء الطبيعي: Natural Loyality

عبارة عن حب واحترام موجه نحو المجتمع الذي يعيش فيه الفرد مقابل تمتعه بالأمن والحماية.

2- الولاء الواقعي: Actual Loyality

عبارة عن ولاء الشخص الأجنبي المهاجر إلى بلد الولاء غير بلده الأصلية.

---

(1) فرج عبد القادر: موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، دار سعاد الصباح، الكويت، 1993، ص448 – 449.

(2) فردريك معتوق: معجم العلوم الاجتماعية، اكاديميا، بيروت، 1993، ص219.

(3) إبراهيم مدكور: معجم العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص647.

(4) Roger Scration: A dictionary of Political thought, London: the Macmillan Press, 1982, PP. 12 – 13.

3-الولاء السياسي: Political Loyality

الولاء الموجه نحو الدولة ومؤسساتها السياسية بناء على انتساب الفرد لها.

وفي ضوء ما سبق يتبنى الباحث مفهومًا إجرائيًا لقيمة الولاء السياسي على أنه (توجه قيمي يؤدي إلى المزيد من مشاعر الحب والارتباط، يوجهها الفرد لمجتمعه، وتتجسد في عدم رغبته في البعد عن موطنه الأصلي، وتفضيله للبقاء فيه، والعمل من اجل رفع شأنه والدفاع عنه).

2- مفهوم الانتماء السياسي Political Belongingness

يعد موضوع الانتماء بوجه عام، والانتماء السياسي بوجه خاص من الموضوعات التي تحتل مكانة ذات أهمية محورية في العديد من العلوم الإنسانية، وفي الوقت الراهن ونظرًا لما أحدثته الثورة التكنولوجية الثالثة "الثورة الاتصالية" من تهديدات لأنساق القيم وخاصة قيم الانتماء، ونتيجة لما سمحت به لبعض الدول من إمكانية التأثير الفكري والثقافي والاقتصادي على شعوب الدول الأخرى[1]. فبعدما كان الإعلام القومي مهتمًا بغرس القيم ونشر الأفكار والمعايير التي تدعم استمرار المجتمع وتقدمه وتماسكه، وخاصة قيم الانتماء والولاء، فقد أصبح يواجه تحديًا خارجيًا، قد لا يكون قادرًا على مواكبته في بعض الجوانب وقد يسايره في جوانب أخرى.

والانتماء مصطلح يشتق في اللغة العربية من الفعل "نمي" ويقال "انتمى إليه" أي انتسب إليه، ونما إلى أبيه نميًا، أي تمتع بعزوته ونسبته إليه[2]، وفي اللغة

---

(1) عبدا لهادي الجوهري وآخرون: علم الاجتماع السياسي: قضايا ودراسات، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001، ص217.

(2) ابن منظور: لسان العرب، مرجع سابق، مج15، ص342.

الإنجليزية تعتبر كلمة الانتماء هي الترجمة العربية للكلمة الإنجليزية Belongingness والمصطلح الفرنسي Appartenance، وفي بعض الأحيان يستخدم البعض مصطلح Affiliation للإشارة إلى الانتماء، وهو كمصطلح يعني (العلاقة الشرعية أو الشكلية أو التعاونية بين جماعتين أو أكثر أو الانضمام إلى جمعية أو رابطة لمجرد التأييد والمساندة الأدبية دون بلوغ حد العضوية الفعلية)[1].

ويذهب "فيرتشيلد" في تعريفه للانتماء إلى القول بأن الانتماء ترجمة لمصطلح Affiliation وتعني (حالة من العلاقات التعاونية والرسمية والقانونية بين اثنين أو أكثر من الجماعات الاجتماعية المنظمة)[2] والمعنيان السابقان للانتماء في الحقيقة يقفان عند المستوى الشعوري والرسمي للانتماء دون الإشارة إلى توجهات وممارسات فعلية تعبر عن الانتماء.

كما يشير مصطلح الانتماء إلى (انتساب الفرد لجماعة معينة والولاء لقضاياها والتفاني في خدمتها)، ولا يعني ذلك أن الانتماء هو الولاء أو العكس، وإنما الولاء هو مؤشر من مؤشرات الانتماء، وتتعدد دوائر الانتماء لدى الفرد، وتتداخل، وتتدرج فقد ينتسب الفرد إلى أسرته وإن ينتسب إلى جمعية ما أو حزب ما، والانتماء ينطوي على روح وعاطفة تدفع المنتمي إلى القيام بسلوك معين، يجسد من خلاله الفرد انتمائه للجماعة) [3].

ومن ناحية أخرى فالانتماء يشير إلى (فعل يحدد انتماء الكائن البشري

---

(1) أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص10.

(2) H. Fairchild: **Dictionary of Sociology**, OP. Cit., P. 5.

(3) أحمد الأنصاري: الانتماء، سلسلة الشباب، ع9، الأمل للطباعة والنشر، القاهرة، 2004، ص7.

وارتباطه)، كما يشير إلى معنى (التبنى للأفكار والآراء والقيم)[1]. فالانتماء الحقيقى هو القائم على أساس الأفعال المتجسدة فى مشاركة الفرد المنتمى فى قضايا ومشكلات مجتمعه، أو الهيئة، أو الجماعة التى ينتمى إليها، وقيامه بالمساعدة فى حل مشكلاتها، والانتماء كقيمة يمكن قياسها من خلال مجموعة من القيم الأخرى المرتبطة بها كقيمة الولاء، وقيمة الجماعية، وقيمة التعاون وغيرها من القيم[2]

<u>وفى ضوء ما سبق يمكن القول بأن التعريفات السابقة تتفق على كون الانتماء:</u>

1- عملية مشاركة بين الفرد والجماعة أو المجتمع الذى ينتمى إليه.

2- تحدث المشاركة نتيجة شعور الفرد بالانتماء لوطنه.

3- أن الفرد المنتمى الحقيقى هو الذى يثق فى حكومته وسياساتها ويشاركها أنشطتها المختلفة وخاصة السياسية منها.

4- أن الشخص المنتمى هو الشخص المتعاون الذى يهتم بأسرته ومجتمعه على حد سواء.

ويتخذ الانتماء أنماطًا متعددة: فهناك انتماءًا سياسيًا، وآخر دينيًا، وثالث على أساس مسقط رأسه الجغرافى، فنقول ذلك إسكندرانى، وهذا سويفى، وذلك صعيدى، وغير ذلك، وقد تكون الأيديولوجيا التى ينتمى إليها الفرد هى أساس تحديد انتماؤه، فهناك من يقال له إنك اشتراكيًا أو ماركسيًا أو ليبراليًا.

---

(1) Webster's <u>Encyclopedic Un abridged Dictionary of the English Language</u>, N Y.: Portland House, 1987, P. 24.

(2) أحمد زايد، اعتماد علام: <u>مقاييس العمل: الإطار النظرى: دليل المقاييس</u>، الأنجلو المصرية، القاهرة، 1992، ص8.

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن للباحث تبنى المفهوم الإجرائى التالى لقيمة الانتماء السياسى على إنها (توجه قيمي يدفع الفرد إلى المشاركة في الحياة السياسية لمجتمعه عبر مستويات متتالية من المشاركة، تبدأ بالإلمام بما يدور في المجتمع من أحداث، انتقالا إلى التصويت في الانتخابات، مرورا بعضوية أحد الأحزاب السياسية، تمهيدا للوصول إلى تقلد منصب سياسي معين مع الافتخار بهذا الانتماء).

3- علاقة الانتماء بالولاء:

فى الحقيقة هناك دائرة مشتركة بين الانتماء والولاء، فكلاهما يتطلب ارتباطًا عاطفيًا والتزامًا أخلاقيًا نحو الوطن، كما أن اللفظان يكاد يكونا مترادفان، حيث يحملان معنى الإخلاص، والارتباط بشيء ما والتفانى فى خدمته إلى حد التضحية بالذات، لكنهما يختلفان من الناحية اللغوية، فالانتماء يعنى الانتساب، أما الولاء فيعنى الموالاة[1]. كما أن الانتماء يتطلب ارتباطًا جذريًا عميقًا فى محتوى الثقافة التى ينتمى إليها الفرد، عكس الولاء الذى لا يتطلب ضرورة توافر الهوية الوطنية لدى الفرد مع من تربطه بهم علاقة الولاء، فهو مجرد مشاعر من المحبة والصداقة والقرب، فقد يكون الولاء لدولة أخرى غير تلك التى أحمل هويتها أو لثقافة غير ثقافته أو لجماعة غير تلك التي أعمل بداخلها [2]. فالولاء مؤشر من مؤشرات الانتماء.

4- مفهوم الاغتراب السياسي: Political Alienation

يقابل الاغتراب السياسى كلا من الانتماء والولاء السياسي، ويطلق أحيانا على الاغتراب معنى القرب وهو عدم الانتماء أو اللامنتمي. والاغتراب كمصطلح، ارث

---

(1) احمد الأنصارى: الانتمـــاء، مرجع سابق، ص 8.

(2) علياء رضا رافع: الانتماء والتنمية فى الريف المصرى: الجذور، دار صادق للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1993، ص19.

فلسفي استعاره "ماركس" ليعبر به عن طبيعة الوجود الإنساني في ظل النظام الرأسمالي.

ويشير مفهوم الاغتراب لدى "ماركس" إلى (عملية استلاب للذات تحدث عندما يرى الناس أنفسهم مجرد وسائل لتحقيق غايات دون الاهتمام بذواتهم الإنسانية)[1]. والاغتراب الذي تحدث عنه "ماركس" هو اغتراب العمال في ظل الإنتاج الرأسمالي والناجم عن الأسباب الاتيه:

1- شعور العمال بأنهم يعملون من أجل الرأسماليين مقابل مادي ضئيل.

2- عدم استفادة العمال من المنتجات التي ينتجونها والتي تذهب إلى الرأسماليين.

3- عدم القدرة على التعاون مع الآخرين عن طريق إقامة علاقات اجتماعية فيما بينهم فيعيشون أثناء العمل.

4- الإحساس بأنهم مجرد آلات وأدوات للإنتاج وليسوا بشر[2].

ويعرف "سيجموند فرويد S. Freud " الاغتراب بأنه (الوضع الذي يجد فيه الإنسان نفسه نتيجة لضغوط الحضارة متوائما مع الأدوار والتوقعات المطلوبة منه لكي يصبح مقبولا من الآخرين وفي ذات الوقت كابتا لغرائزه الحيوية مما يجعله غريبا عن ذاته) [3].

---

(1) على الدين هلال، نفين سعد: **معجم المصطلحات السياسية**، مرجع سابق، ص98.

(2) جورج ريتزر: **كارل ماركس**، (ترجمة) فاتن احمد على، في محمد الجوهري وآخرون، **رواد علم الاجتماع**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص ص 116-118.

(3) على الدين هلال، نفين سعد: **معجم المصطلحات السياسية**، مرجع سابق، ص99.

ومن ناحية أخرى يشير الاغتراب إلى (إصابة الفرد فى لحظات ما، أو تحت ضغوط معينة بالإحساس بعدم الرضا، ومن ثم يضيع شعوره بالفخر والاعتزاز بكل ما يفعله، وتضعف قوة الأنا لدية، ويغترب عن تراثه وهويته)، ويؤكد هذا التعريف إلى أن الاغتراب حالة مؤقتة يمكن التغلب عليها من خلال مؤسسات التنشئة التى تعزز فى نفوس الأفراد قيمة الانتماء للوطن والتمسك به والأيمان بقيمته من اجل مواجهة الغزو الخارجى الذى يهدف إلى تدمير البنية الثقافية للمجتمعات[1].

ويشير الاغتراب السياسى فى بحث آخر إلى (شعور الفرد بأن المجتمع لا يحس به، ولا يعنيه أمره، وبأنه لا قيمة له فى المجتمع، ويؤدى ذلك إلى تقليل الفرد من أهدافه وطموحاته، وفقدان الحماس، والدافع، والباعث على المشاركة الفعالة والتفاعل مع المجتمع)[2].

كما يعنى الاغتراب السياسى (تباعد وتقاعس الفرد عن أداء الأدوار السياسية Political Roles ليس لعدم قدرته، وإنما لتقييمه لذاته وللموقف السياسى، فمن ناحية الذات يؤمن الفرد إيمانا راسخا بأنه لا فائدة من قيامه بأى نوع من الفعل، لأنه لن يكون مؤثرا، ومن ناحية الموقف السياسى، فانه يرى انه لا يشعر به، ولا يهتم بمشاكله، وبالتالى فالاغتراب السياسى يعبر عن سلبية ولا مبالاة مطلقة) [3].

ويستخدم الاغتراب فى العلوم الاجتماعية بمعان متعددة أبرزها ما كتبه

---

(1) سامية خضر صالح: الشخصية المصرية: تحديات الحاضر والمستقبل المنظور، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2005، ص 56.

(2) عبد الهادى الجوهرى وآخرون: علم الاجتماع السياسى: قضايا ودراسات، مرجع سابق، ص 274.

(3) نبيل رمزى اسكندر: الاغتراب وأزمة الإنسان المعاصر، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988، ص ص 221-222.

"سيمان Seeman " حيث ميز بين خمسة استخدامات للاغتراب فى مقـال بعنـوان "مفهوم الاغتراب" وهذه المعانى هي:-

1- انعدام القوة:

ويعنى شعور الفرد بعدم قدرته فى التأثير فى المواقف الاجتماعية المحيطة به

2- انعدام المعنى:

يعنى عجز الفرد عن الوصول إلى قرار، أو معرفة ما ينبغـى أن يفعلـه، أو إدراك ما يجب أن يعتقده موجها لسلوكه.

3- انعدام المعايير:

يعنى لجوء الفرد إلى استخدام أساليب غير مشروعة، وغير موافـق عليهـا اجتماعيا لتحقيق أهدافه.

4- العزلة:

تشير إلى انفصال الفرد عن الثقافة السائدة، وتبنى مبادئ ومفهومـات تجعلـه غير قادر على مسايرة الأوضاع القائمة.

5- غربة الذات:

تشير إلى إدراك الفرد بأنه اصبح مغتربا حتى عن ذاته[1].

ويتبنى الباحث مفهوما إجرائيا للاغتراب السياسى على انه (توجه قيمي يدفع الفرد إلي عدم الاهتمام بالأمور السياسية، وعدم الاقتناع بدوره في الحياة السياسية لمجتمعه، نتيجة إحساس بعدم قيمة العمل السياسي، وقيمة دوره في المشاركة السياسية).

---

(1) محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، مرجع سابق، ص 21.

و- مفهوم المجتمع المحلي: Community

1. تعريف المجتمع المحلي:

مصطلح المجتمع المحلي من المصطلحات الجوهرية بالنسبة لعلم الاجتماع، الذي يوجه كل جهده نحو دراسة المجتمع، ويمثل بؤرة اهتمامه الأساسية، ولقد أفرد علماء الاجتماع لدراسة المجتمع المحلي ثلاثة علوم فرعية هي:

1. علم الاجتماع الريفي: يدرس المجتمع الريفي "القرية".
2. علم الاجتماع الحضري: يدرس المجتمع الحضري "المدينة".
3. علم الاجتماع البدوي: يدرس المجتمعات البدوية وهم بدو الصحراء.

وبالرغم من شيوع استخدام هذا المصطلح إلا أنه لم يقع في بؤرة اهتمام الباحثين إلا منذ مائتي عام فقط، وعلى الرغم من ذلك تعددت تعريفاته، ويذكر أحد الباحثين أن هناك أربعة وتسعون محاولة علمية لتحديد تعريف لمصطلح المجتمع المحلي[1]. ويعتبر" فريدياند تونيز F.Tonnies " أول من استخدم مصطلح المجتمع المحلي، الذي يعد الترجمة العربية للكلمة الألمانية Gemeinschaft، وللكلمة الإنجليزية Community، وللكلمة الفرنسية Communate[2].

وفي الحقيقة هناك قدر كبير من الإسهامات المطروحة حول تعريف المجتمع المحلي، منها تعريف المجتمع المحلي بأنه (جماعة من الناس، يقيمون في منطقة جغرافية، ويشتركون معًا في مجموعة من الأنشطة السياسية والثقافية والاقتصادية، ويشكلون وحدة اجتماعية ذات سيادة ذاتية، فضلاً عن وجود بعض القيم والخبرات

---

(1) Lan Barnard & Janathan Spencer: <u>Encyclopedia of Social and Cultural anthropology</u>, N. Y.: Routledge, 1996, P. 144.

(2) أحمد زكي بدوي: <u>معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية</u>، مرجع سابق، ص3.

العامة وميلاد الشعور بالانتماء للجماعة)[1].

ويرى " فلويد دوتسون F. Dotson" أن المجتمع المحلى يشير إلى) وحدة إقليمية مكانية داخل التنظيم الاجتماعي)[2]. ويعرف " ميشيل مان" المجتمع المحلى بأنه (مجموعة من العلاقات الاجتماعية التى تقع كلها أو معظمها فى إطار حدود مساحة من الأرض المحلية)[3] ويشير المجتمع المحلى إلى (مجموعة من الناس يقيمون على رقعة معينة من الأرض، وتربطهم علاقات دائمة نسبيًا من النوع العارض، ولهم نشاطًا منظمًا وفقًا لقواعد وأساليب متعارف عليها وتسود بينهم روح جمعية تشعرهم بأن كلاً منهم ينتمى لهذا المجتمع)[4].

تتفق اغلب التعريفات السابقة على ضرورة توافر ثلاثة عناصر حتى ينشأ المجتمع المحلى وهى:

1- جماعات من الأفراد.

2- منطقة جغرافية.

3- شبكة علاقات اجتماعية قائمة نسبيا.

وبالرغم من هذا الاتفاق إلا إنها اختلفت فى مدى توافر الشعور بالانتماء للمجتمع أو وجود تنظيم اجتماعى أو سياسي.

ويقصد بالمجتمع المحلى فى هذه الدراسة المجتمع المحلى الحضرى (مدينة بنى سويف) وهذا المجتمع المحلى الحضرى يختلف عن المجتمع المحلى الريفي.

---

(1) Duncan, Mitchell: A dictionary of Sociology, Op. Cit., P. 32.
(2) Folyed Dotson: Article on the Encyclopedia Dictionary of Sociology, 3rd edition, U. S. A.: Dushkin Publishing, 1986, P. 53.

(3) ميشيل مان: موسوعة علم الاجتماع، مرجع سابق، ص133.

(4) أحمد زكى بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص73.

2- المجتمع المحلي الحضري: Urban Community

يعرف المجتمع المحلي الحضري بأنه(تجمعا لأشخاص تنشأ بينهم صلات وظيفية، ويعيشون معا في منطقة جغرافية محلية، خلال فترة من الزمن، ويشتركون معا في ثقافات عامة، ويوجد بينهم شكل من أشكال التنظيم للأدوار والعلاقات الاجتماعية، وهم على وعي بذاتهم كجماعة مستقلة) [1].

ويعرف " ماكيفر Maciver" المجتمع المحلي الحضري بأنه(وحدة اجتماعية Social Unit تجمع بين أعضائها مجموعة من المصالح المشتركة، وتسود بينهم قيم عامة وشعور بالانتماء، بالدرجة التي تمكنهم من المشاركة في الظروف الأساسية للحياة الاجتماعية المشتركة)[2].

يرى "تونيز" أن المجتمع الحضري يشير إلى (تركيب صناعي معقد، يتكون من وحدات كثيفة وعناصر متعددة، ويتألف من جماعات وهيئات ومنظمات تقوم على أساس إرادي وليس تلقائي، والروابط فيه فاترة وغير متكافئة، والعلاقات بين الأفراد قائمة على الحذر والمنفعة الخاصة)[3].

ويتميز المجتمع الحضري عن المجتمع الريفي بمجموعة من الاختلافات قدمها كلاً من " بتريم سوروكن P. Sorokin"، وزيمرمان Zimmerman " انطلاقًا من ثماني فئات، وهي (المهنة –البيئة – حجم المجتمع – كثافة السكان – التجانس

---

(1) اشرف البيهي: علم الاجتماع الحضري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص18.

(2) السيد عبدالعاطي السيد: علم الاجتماع الحضري، الجزء الأول، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 33.

(3) إبراهيم مدكور "محررا": معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص98.

واللاتجانس – الحراك – نسق التفاعل – التدرج الاجتماعي) وفيما يلي توضيح لذلك:

1. <u>المهنة:</u> **Occupation** تسود الزراعة المجتمع الريفي بجانب الصيد والتعدين، في حين تسود الصناعة وبعض الوظائف الإدارية المجتمع الحضري.

2. <u>البيئة:</u> **Environment** تسيطر البيئة الطبيعية على الإنسان في المجتمع الريفي ويسيطر الإنسان عليها في المجتمع الحضري.

3. <u>حجم المجتمع:</u> **Size Of Society** المجتمع الريفي كبير الحجم أما المجتمع الحضري صغير الحجم.

4. <u>كثافة السكان:</u> **Population** ترتفع الكثافة السكانية في المجتمع الحضري عن المجتمع الريفي نظرًا لتوافر أوجه الرعاية الصحية.

5. <u>التجانس واللاتجانس السكاني:</u> **Hetrogenity–Hemogenity** سكان المجتمع الريفي أكثر تجانسًا في ثقافتهم وخصائصهم النفسية والاجتماعية، أما سكان المجتمع الحضري فهم أكثر تنوعًا واختلافًا وبالتالي أقل تجانسًا.

6. <u>التدرج الاجتماعي:</u> **Social Stratification** يقوم التدرج الاجتماعي على أساس المكانة الشعبية والأسرية في المجتمع الريفي، أما المجتمع الحضري فنجد ان الكفاءة والقدرة والفاعلية معايير للمكانة الاجتماعية.

7. <u>الحراك الاجتماعي:</u>**Social Moblity** الحراك في المجتمع الريفي جامد، أما في المجتمع الحضري فهو أكثر فاعلية.

8. <u>أنساق التفاعل:</u> **Interaction** تتسم العلاقات الاجتماعية في الريف بأنها

علاقات أولية مباشرة وبسيطة، وهى علاقات قرابية، أما المجتمع الحضرى فعلاقاته ثانوية وسطحية وقائمة على المنفعة والفردية والأنانية[1].

وفى ضوء التعريفات المطروحة للمجتمع المحلى الحضرى، يتبنى الباحث التعريف الإجرائى التالي: (جماعات من الأفراد، يعيشون على مساحة محددة من الأرض، تسود بينهم شبكة من العلاقات الاجتماعية، ويسعون نحو تحقيق العديد من الأهداف الشخصية والمجتمعية).

_إن عملية تحليل المفهومات وتوضيحها تعد مدخلا هاما لفهم النظرية الاجتماعية، لذا يعرض الباحث فى الفصل التالي لعدد من المداخل النظرية التى تفسر تأثير عملية الاتصال والتى سيعتمد عليهم الباحث كإطار مرجعى للدراسة.

---

(1) كمال الزيات: علم الإجتماع الحضري: الأسس النظرية والتطبيقية، دار الثقافة العربية، بنى سويف، 2003، ص ص 37 – 44.

الفصل الثاني
المداخل النظرية المفسرة لتأثير عملية الاتصال

مقدمة

أولا: المدخل الاجتماعي

ثانيا: المدخل الإعلامي

الفصل الثاني

المداخل النظرية المفسرة لتأثير عملية الاتصال

مقدمة:

حظيت الظاهر الإعلامية باهتمام عدد قليل من رواد علم الاجتماع، وقد يرجع ذلك إلى تأخر إدراك الأثر الذى تحدثه وسائل الاتصال فى المجتمع، والذى تزايد مع التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصال.

يرى بعض الباحثين انه باستقراء التراث البحثي، وجد أن البحوث التى تنطلق من علم أجتماع الاعلام، تلجأ غالبا نحو النظرية البنائية الوظيفية، ونظريات التأثير، والنظريات النقدية، ونظرية التبعية، ونظرية مجتمع المعلومات، فى حين تنطلق بحوث علم الإعلام من مسلمات فرعية من النظريات الكبرى فى علم الاجتماع، وهذه المسلمات شكلت مجموعة من النظريات الفرعية مثل: نظريات التعلم، ونظرية الغرس الثقافي، ونظرية الاستخدامات والاستمالات، ونظرية دوامة الصمت، ونظرية العنف الإعلامي، ونظرية ترتيب الأولويات[1].

ويحاول الباحث الاستعانة ببعض المنظورات والنظريات المرتبطة بالاتجاهين السابقين، حيث يستخدم المنظور الوظيفي، ومنظور الصراع، بجانب نظرية الغرس الثقافى، ونظرية الاستخدامات والاستمالات من اجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، ومن ثم تمثل بعض فروض هذه المنظورات والنظريات إطارا مرجعيا لموضوع الدراسة الحالية.

---

(1) فاطمة القليني، محمد شومان: الاتصال الجماهيري: اتجاهات نظرية ومنهجية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 81.

وفي ضوء ما سبق، يهدف هذا الفصل إلى توضيح الإطار المرجعي للدراسة المتمثل في:-

أولا: المدخل الاجتماعي:

أ- المنظور الوظيفي. ب- منظور الصراع.

ثانيا: المدخل الإعلامي:

أ- نظرية الاستخدامات والاستمالات.

ب- نظرية الغرس الثقافي.

أولا: المدخل الاجتماعي:

أ- المنظور الوظيفي:

مقدمـــة:

تعد النظريـــة البنائيـــة الوظيفيـــة Functional Structural Theory مـــن النظريات الكلاسيكية الكبرى في علم الاجتماع، وينتمي إليها العديد مـــن الـــرواد والعلماء المحدثين والمعاصرين في علم الاجتماع، وتقوم على فكرة أن المجتمع بناء مكون من أجزاء، وهذه الأجزاء لكل منها وظيفة، تقوم بها في إطار فكرة تكامـــل الأجزاء، من أجل بقاء المجتمع واستمراره من خلال الأداء الوظيفي Functional Action لكل جزء أو نظام أو نسق على حد تعبير أنصار هذه النظرية.

والاتصال كنظام ونسق اجتماعي يؤدي وظائف جوهريـــة لا غنـــى عنهـــا، ويرتبط بشبكة من العلاقات المتداخلة مع غيره من النظم الاجتماعية القائمـــة فـــي المجتمع، وقد تكون وظائف إيجابية أو سلبية، وظائف واضحة أو غامضة، ولقـــد حاول علماء الاجتماع المنتمين للنظرية الوظيفية استجلاء هذه الوظائف من خـــلال

العديد من الدراسات الإمبريقية التى تم إجراؤها، أو التى مازالت تجرى فى أجزاء مختلفة من المجتمعات الإنسانية، والتى لا يمكن أن تتوقف، أو تقف عند حد معين نظرًا لارتباط الاتصال بالتقدم التكنولوجى الذى يسير بدون توقف.

ويحاول الباحث توضيح أهم إسهامات هؤلاء العلماء فى ضوء ما ذهبت إليه البنائية الوظيفية فى رؤيتها لنظام الاتصال.

المنظور الوظيفى ونظام الاتصال:

لقد اتجه الوظيفيون اتجاهات أربعة في تناول نظام الاتصال ووظائفه داخل المجتمع، وهذه الاتجاهات الأربعة[1] هي:

الاتجاه الأول:

يتناول الاتصال كعملية اجتماعية، محاولاً تحديد تأثيراتها على المجتمع بشكل عام، مع مقارنتها بمثيلاتها من نظم الاتصال فى مجتمعات أخرى، ولقد ساهم كلاً من " روبرت ميرتون، وبول لازار سفيلد " فى تدعيم هذا الاتجاه، ويركز الاتجاه الأول على تناول كل وسائل الاتصال بطريقة إمبريقية.

الاتجاه الثاني:

يهتم بتناول وسيلة واحدة فقط من وسائل الاتصال، ويخضعها للتحليل الوظيفى، ومن أهم الدراسات التى أجريت فى إطار هذا الاتجاه دراسة "مالكوم ويلى M.Wiley" لوظائف الصحافة.

---

(1) محمود عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، 1970، ص ص45 – 57.

الاتجاه الثالث:

يهتم بالتحليل البنائي Structural Analysis للوسيلة الاتصالية، من خلال التعرف على أقسام المؤسسة الاتصالية، والعمليات التي تجرى داخل المؤسسة، وكيفية صياغة الرسالة الاتصالية.

الاتجاه الرابع:

تهتم بتحليل وظائف الاتصال في ضوء نموذج "تشارلز رايت"، و"هارولد لازويل" معتمدين على مفهومات التحليل الوظيفي التي قدمها "ميرتون، وبارسونز". ويعتمد الباحث على الاتجاهين الأول والرابع.

ولكن قبل الخوض في قضايا العلماء الوظيفيون في تحليلهم لنظام الاتصال، يجب أن يقف الباحث على العوامل التي دفعت بهم إلى الاهتمام بدراسة وسائل الاتصال وتأثيراتها. ومن أبرز تلك العوامل، الدور الوظيفي لوسائل الاتصال في المجتمع، وهذا ما يمكن ملاحظته في علاقة نسق الاتصال بغيره من الأنساق الأخرى، فمثلاً نجد أن هناك علاقة بين نسق الاتصال والنسق السياسي Political System تدور حول دور الاتصال في التأثير على الحكام والمحكومين، كما أنه يكشف في الوقت ذاته على مدى احتكار الدولة لوسائل الاتصال، وتحكمها في عملية نشر المعلومات أو ما يعرف بالشفافية.

كما تلعب وسائل الاتصال دورًا بارزًا في عمليات اختيار القادة السياسيين، كما أنها تدعم عملية الاتفاق حول الاهتمامات "القيم" داخل النسق السياسي، كما تساعد وسائل الاتصال على خلق وسائل سياسية مناسبة لحل مشكلات المجتمع، كما تطرح المشكلات السياسية على مائدة المناقشة الجماعية مما يدعم القرارات السياسية

وبحقق مصداقيتها[1].

كما تعمل وسائل الاتصال على تحقيق التوازن الاجتماعي Social Equilibrium بالنسبة للمجتمع العام، وقد يترتب عليها تنافر وعدم انسجام من خلال دورها في الإثارة والتحريض على ممارسة السلوك المنحرف. ويرتبط نسق الاتصال بالنسق الاقتصادي Economic System من خلال دور وسائل الاتصال في تقديم الخدمات والمنتجات الصناعية عن طريق الدعاية والإعلان، وهذه الأدوار الوظيفية المتعددة ليست كل ما يقدمه نسق الاتصال ولكن يرتبط بشبكة من العلاقات مع كلاً من النسق الدينى والتربوى، ويرتبط أيضًا بالأسرة كنظام أساسي داخل أى مجتمع[2].

وبعد استعراض أسباب الاهتمام بدراسة الاتصال، وعلاقته بغيره من النظم الاجتماعية، فمن الضرورى توضيح جذور التحليل الوظيفى Functional Analysis لنظام الاتصال، فمن خلال الاطلاع على بعض الكتابات تبين للباحث أن جذور التحليل الوظيفى لوسائل الاتصال ترجع إلى القرن الثامن عشر، وبداية القرن التاسع عشر، في وقت كانت هناك ندرة في وسائل الاتصال، وانصب البحث العلمى على تناول الصحف والدوريات السياسية، والتى كانت الوسائل المتاحة فى ذلك الوقت، ولقد ظل المنظور الوظيفى لفترة من الزمن مرتبطًا بالنموذج الكلاسيكى ل "هارولد لازويل "(1948) الذى حدد فيه ثلاث وظائف رئيسية للاتصال، إلا أن المنظور الوظيفى قد تطور فى عقد الستينات والسبعينات داخل

---

(1) Games Curran & David Morlery and Valerie Walker dine: **Cultural Studies and Communication**, Arnold Publishing, New York, 1996, P. 126.

(2) حسن عماد مكاوى، وليلى السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص ص127 – 128.

نظرية النسق System Theory، وأخيراً تطور فى إطـار بحـث الاسـتمالات والاستخدامات فى ثمانينات وتسعينات القرن العشرين[1].

ويحاول الباحث خلال السطور التالية تقديم رؤية تحليلية لأهم إسهامات بعض العلماء الوظيفيين والتى قدمت خلال المراحل المختلفة لتطور المنظور الـوظيفى، حيث يعرض لرؤية " هارولد لازويل " رائد المنظور الوظيفى فى مجال الاتصال، ثم " تشارلز رايت" الرائد الثانى باعتبارهمـا سيطرا علـى المرحلـة الأولـى الكلاسيكية، ثم يتناول إسهام " روبرت ميرتون، وبول لازارسفيلد " فى إطار نظرية النسق، وأخيراً وجهة نظر " جفرى الكسندر Jeffery Alexander" لدور وسـائل الاتصال وهو من الرواد المعاصرين للوظيفية، ثم يتناول الباحث أهـم إسـهامات المنظور الوظيفى المحدث المتجسد في بحث الاستمالات والاستخدامات الذى طور كمرحلة حديثة من مراحل تطور المنظور الوظيفى في ميدان الاتصال.

يرى "هارولد لازويل H. Lasswell" أن للاتصال وظائف ثلاثة هي[2]:

1- مراقبة البيئة وتقديم تحذيرات بالتهديدات القيمية المحتملة.

2- تحقيق ترابط بين أجزاء المجتمع.

3- نقل التراث الاجتماعيSocial Heritage.

وتسمى هذه الوظائف بلغة أخرى:

1- الوظيفة الإخبارية:The NewsFunction وتشير إلى الإحاطة بالبيئة.

---

(1) Games Curran & etal: Culture Studies and Communication, Arnold Publishing, N.Y, 1996, P. 126.

(2) Denis M. Quail: Mc quails' Mass Communication Theory, 4th edition, Sage Publication, London, 2000, P. 79.

2- الوظيفة التحريرية: The Editorial Functionوتشير إلى خلق الاستجابة نحو البيئة.

3- وظيفة التنشئة الاجتماعية:Socialization وتتم من خلال نقل الثقافة من جيل لآخر.

وهذه الوظائف الثلاثة التى قدمها "لازويل" قام بتطبيقها "تشارلز رايت Charles Wright" على مستويات اجتماعية مختلفة [1]. ولقد أضاف إليها وظيفة رابعة وهي وظيفة الاستمتاع، وهي تخلق نوعًا من الاسترخاء والتكيف وتقلل من التوتر وتتيح للأفراد فرص التعامل بسهولة مع مشكلات الحياة الواقعية، وتجنب التفكك والانهيار، وتوصل "رايت" إلى وجود وظيفة خامسة للاتصال هي التعبئة[2].

وفي هذا السياق قدم " تشارلز رايت " نموذجًا تصوريًا يتضمن إطارًا تحليليًا وظيفيًا لوسائل الاتصال، ويوضح هذا النموذج الوظائف الرئيسية لنظام الاتصال، والتي يمكن أن تؤثر على أربعة وحدات اجتماعية تأثيرًا سلبيًا أو إيجابيًا، وهذه الوحدات هي المجتمع Society، الثقافة Culture، الفرد Individual، الجماعة الاجتماعية Social Group، ويرى "رايت" أن من المحتمل أن يؤدى الاتصال إلى تأثيرات سلبية كامنة أو واضحة، و يحقق الاتصال من وجه نظر "رايت " الوظائف التالية:

1- مراقبة البيئة: Surveillance

توجه وسائل الاتصال إلى الفرد والجماعة والمجتمع تحذيرات بالأخطار

(1) James Lull: Media, Communication, Culture a global approach, Polity Press, Great Britain, 1995, P. 94.
(2) Denis M. Quail, Mc quails' Mass Communication Theory, Op. Cit., P. 79.

القيمية، والتي قد تؤدي إلى شيوع القلق والتوتر، و تدعم من الاتصال الثقافي Cultural Communication بين الأفراد والجماعات والمجتمعات، في الوقت نفسه تسمح بالغزو الثقافي، مما يؤثر على عناصر الثقافة الأصلية وتهدد استقرار المجتمع.

2- تحقيق الترابط والتكامل الاجتماعي: Social Integration

تحرر وسائل الاتصال الفرد من الميل إلى الخصوصية، كما تشجع على التغيير والتجديد، ومن ناحية أخرى تشجع على السلبية واللامبالاة.

3- النقل الثقافي:

تدعم وسائل الاتصال من عملية الاتصال الثقافي، وتدعم عملية التكامل الثقافي من خلال التعرض المستمر للمعايير المشتركة، وتقلل من حالة تضارب القيم أو الانوميا الاجتماعية Social Anomie، ومن خلال توحيد المعايير تؤدي سلبيا الى تقليل فرص التنوع الثقافي.

4- الاستمتاع والترفيه:

تتيح وسائل الاتصال فرصة كبيرة للترويح والراحة، ومن ناحية أخرى قد تؤدي إلى إبعاد الناس عن العمل الاجتماعي والسياسي، والعزوف عن المشاركة السياسية على المستوى الفردي وزيادة السلبية[1].

وتعد فكرتي الوظائف واللاوظائف، والوظيفة الواضحة والكامنة، من أبرز المفهومات التي أضافها كلاً من "بول لازارسفيلد P.Lazarsfeld "، و"روبرت ميرتون R. Merton " على التحليل الوظيفي بشكل عام، وتحليلهم لنظام الاتصال

(1) محمود عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، مرجع سابق، ص ص52-56.

بوجه خاص، ويرى كلاً منهما أن نظام الاتصال يكون وظيفيا عندما يؤدى إلى التوافق والتكيف مع النسق القائم، فى حين يكون لا وظيفيّا حينما يؤدى إلى الانشقاق وعدم التوافق مع النسق الاجتماعى العام، وهو ما يعرف بالتحذير اللاوظيفى وهو مرض اجتماعى ينتج عن وسائل الإعلام الجماهيرية Mass Media.

ويرى "ميرتون" أن الوظائف الواضحة للاتصال، تلك الوظائف المتفق عليها والمرغوب فيها، في حين تمثل الوظائف غير المرغوب فيها وغير المتفق عليها وظائف كامنة[1]. ويرى "ميرتون" أن وسائل الاتصال قد تؤدى إلى خفض مستوى الذوق، نتيجة لما تعرضه من برامج تتضمن عنف أو مشاهد إجرامية وإباحية، كما أنها قد ترفع من مستوى الذوق من خلال تقديمها لمواد إعلامية ترتقى بسلوكيات الجمهور المتلقي مثل الدراما التليفزيونية الهادفة[2].

ويرى " دينيس ماكويل Denis M Quail" أن وظائف الاتصال متعددة منها الإيجابي ومنها السلبي، ومن أهم تلك الوظائف ما يلي:

1. <u>نشر المعلومات:</u> مما يؤدى إلى خلق نسق معلوماتي حول الأحداث والأحوال في المجتمع والعالم بشكل عام، وتوضح العلاقات المتبادلة بين الدول وتسهيل مهمة التجديد والتكيف والتقدم.

2. <u>الترابط:</u> يتم من خلال الوعي بالأحداث، وضرورة المحافظة على النظام،

---

(1) Arnold Mattelart and Michele Mattelart: <u>Theory of Communication: A short Introduction</u> (Trans.) by Susan Gruenheck Taponier and James A. Cohen., Sage Publications, London, 1998, P. 29.

(2) فاطمة القليني، محمد شومان: <u>الإتصال الجماهيري: اتجاهات نظرية ومنهجية</u>، مرجع سابق، ص ص 34 – 35.

مما يفرض ضرورة التساند بين السلطة الشرعية والمعايير وعمليات التنشئة الاجتماعية وضرورة التنسيق بين الأنشطة المتباينة.

3. التماسك: يتم ذلك من خلال التأكيد على الثقافة السائدة وإعادة تنظيم الثقافات الفرعية والتصورات الثقافية الجديدة ورفض التزييف.

4. الاستمتاع والترفيه: من خلال توفير وسائل الراحة والمتعة والتسلية واللهو.

5. التعبئة: تتم من خلال المشاركة في الاهتمامات المجتمعية في مجالات السياسة والتنمية والعمل[1].

ويرى " جيمس كارى Games Carey " أن كل وسائل الاتصال ذات معنى طقوسي يجذب الناس معًا وليس بشكل فردي، كما يؤكد على استمرارية الأشياء، وهذا الرأى يتفق مع أحد أعلام الوظيفية المحدثون وهو" جيفيرى ألكسندر J.Alexander" حينما قال إن وسائل الاتصال تساعد الناس على رؤية المجتمع من خلال التليفزيون وارتباطهم به وتخلق شعور بعملياته من خلال المشاركة فى فهمه، فالصورة الاتصالية تخلق من وجهة نظره بدائل وظيفية Alternatives من خلال الاتصال الجماعي الفعلى بين المجتمعات المتباينة، وهذا الاتصال وذلك الشعور بالانتماء ينشأ من خلال الصورة الذهنية الرمزية للوحدة والهوية القومية مثل الأسرة العالمية Global Family، التي نشأت من خلال وسائل الاتصال، فالاتصال لا يؤدى فقط إلى تحقيق الشعور بالانتماء القومى "نحن" ولكن يخلق الشعور بالتكامل المعيارى القيمي من خلال توضيح ما هو مقبول وما هو خاطئ،

---

(1) Denis Mcquail: Mc quails' Mass Communication Theory, Op. Cit., P. 79.

ووضع حدود لما هو معيارى[1].

ويلاحظ الباحث فى ضوء ما تقدم أن الاتصال ووسائله سلاح ذو حدين، فقد يؤدى إلى تدعيم النزعة الفردية أو يقلل منها داعما للنزعة الجمعية، فى حين آخر قد يؤدى إلى تماسك المجتمع ويبقى على ثقافته الأصلية، فى حين قد يساهم بنصيب كبير فى دفع عجلة التقدم وتغير القيم التقليدية وإحلال قيم حديثة جديد فى ضوء التحديث والتجديد، ومن ناحية ثالثة قد يدعم السلبية والانعزالية وقد يدعم المشاركة ويزيد من الوعى بأهميتها، وتعتمد الدراسة الحالية على التحليل الوظيفى لوسائل الاتصال من خلال البحث عن الوظائف الإيجابية والسلبية التى تحققها القنوات الفضائية فى المجتمع.

وبالرغم من الانتقادات التى تعرض لها المنظور الوظيفى، فمازال قائمًا يمارس تأثيره على أبحاث الاتصال شأنها فى ذلك شأن الأبحاث الأخرى فى ميادين علم الاجتماع، فالمنظور الوظيفى مازال يحمل العديد من الأسس النظرية التى تفيد البحث الاتصالى فى ميدان الاتصال. ويحاول الباحث خلال السطور القادمة استجلاء ملامح منظور الصراع فى رؤيته لنظام الاتصال ووسائله وتأثيراته.

ب- منظور الصراع: Conflict Perspective

منظور الصراع من المنظورات الأساسية فى علم الاجتماع، يوازى المنظور الوظيفى فى الأهمية بالنسبة للدراسات الاجتماعية، ويختلفا فى رؤيتهما للظواهر الاجتماعية، وتحليلهما للواقع الاجتماعى، فمنظور الصراع ينظر إلى المجتمع على أنه مكون من جماعات متصارعة، وانه مكون من بنائين هما:

(1) Games Curran & David Morlery and Valerie Walker dine: **Cultural Studies and Communication**, Op. Cit., P. 128.

أ- **البناء الفوقي: Super Structure** يضم كافة النظم الاجتماعية ما عدا النظام الاقتصادى.

ب- **البناء التحتي: Lower Structure** يضم النظام الاقتصادى فقط.

ويؤكد منظور الصراع وفقا للرؤية الماركسية التقليدية على إن البناء التحتى هو الذى يشكل البناء الفوقى ويسيطر عليه، وينظر " كارل ماركس K.Marx " إلى وسائل الاتصال على إنها أحد مكونات البناء الفوقي، تعتمد عليها الطبقة الحاكمة فى تزييف وعى الجماهير وتشكيلهم وفقا للوجهة المرغوب فيها[1].

وتعتبر وسائل الاتصال إحدى وسائل الإنتاج الرأسمالى Capitalist Production، ويساعد احتكار الطبقة الحاكمة لوسائل الاتصال على الترويج لأفكارها، والتعبير عن مصالحها، والتقليل من أفكار الطبقات الأخرى، تلك التى تدعوا إلى التغيير وتساهم فى تنمية وعى الطبقات العاملة أو المقهورة[2].

ويوجد فى المجتمعات الرأسمالية من وجه نظر" ماركس" طبقتان:

1- الطبقة البرجوازية:طبقة مهيمنة على وسائل الإنتاج، ومن بينها وسائل الاتصال وتستغل الطبقات الأخرى الموجودة بالمجتمع.

2- الطبقة العاملة:طبقة مستغلة من قبل الطبقة البرجوازية، تستخدم وسائل الإعلام ومؤسسات التعليم كوسائط للهيمنة الأيديولوجية، عن طريق نشر معتقداتها الأيديولوجية، وتقديم تبريرات لها من اجل مزيد من السيطرة

---

(1) فاطمة القليني، محمد شومان: الاتصال الجماهيري:اتجاهات نظرية ومنهجية، مرجع سابق، ص 30.

(2)[2] طه نجم: الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1998، ص 65.

على الطبقات الأخرى[1].

ويرى " انطونيو جرامشي A.Gramsci " بان الطبقة الحاكمة تسعى بصورة مستمرة للحفاظ على مصادر القوة من اجل إقناع وإجبار الطبقة العاملة على الخضوع والاقتناع بأفكارها، والنظر إليها على إنها صحيحة ويجب الحفاظ عليها وتأييدها، ومن أهم مصادر القوة وسائل الاتصال[2].

وفي بعض الأحيان تتحرر وسائل الاتصال الجماهيري، وتتمتع باستقلالية عن النظام السياسي، مما يتيح لها دورا هاما في تشكيل وعي طبقي Class Consciousness يساعد الطبقات المقهورة على تحولها من طبقة في ذاتها، إلى طبقة لذاتها، أي تعي حقوقها وأهدافها، ووسائل تحقيقها [3].

وهكذا لا تبقى وسائل الاتصال في قبضة الطبقة المسيطرة في كل الفترات أو في كل الأحوال، فعندما تتمتع باستقلاليتها خلال فترة ما، فان ذلك يساعدها على تجسيد دورا هاما في كشف الزيف والتبريرات الخاطئة التي تدفقها الطبقة المهيمنة، وخاصة في الوقت الحالي حيث عصر السموات المفتوحة، وتعالي صيحات حرية الرأي والتعبير، وحرية تدفق المعلومات من الداخل والخارج، مما اسهم في بلورة وعي كوني بالأحداث الداخلية والخارجية لدى المشاهدين في كافة أرجاء المعمورة، واصبح المواطن يحصل على المعلومات من الداخل والخارج، والخارج غالبا ما

---

(1) مصطفى خلف (مترجم): قراءات معاصرة في نظرية علم الاجتماع، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، جامعة القاهرة، 2002، ص ص 143-145.

(2) عبد الله عبد الرحمن: سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، مرجع سابق، ص 155.

(3) فاطمة القليني، محمد شومان: الاتصال الجماهيري: اتجاهات نظرية ومنهجية، مرجع سابق، ص 31.

يكون أدق وأكثر واقعية.

وتؤدى وسائل الاتصال إلى حدوث الصراع بين الجماعات المتباينة ثقافيا، والتى تنتمى إلى جماعات ثقافية مختلفة، وهذا الصراع يترتب عليه وظيفة إيجابية تتمثل فى إحداث نمو بنائى ثقافى واجتماعى للجماعات والمجتمعات فى الوقت ذاته[1]. ولقد أتاحت وسائل الاتصال للدول الكبرى فرص الدعوى لقيمها، ومبادئها، وفلسفتها، وطريقتها في الحياة مستخدمة الدعاية، والبرامج الثقافية لاستمالة الرأى العام فى الدول النامية وغير النامية[2].

ويلاحظ الباحث في ضوء ما سبق أن القنوات الفضائية تلعب دورا هاما فى إذكاء روح الصراع الثقافى Cultural Conflict بين الجماعات والمجتمعات المتباينة ثقافيا، مما يؤدى إلى حدوث صراع قيمى Value Conflict بين هذه المجتمعات وداخلها، نتيجة استقبالها لقيم غريبة لا تنتمي لأنماطها الثقافية، مما يؤدى إلى تغير بعض القيم وإحلال قيم أخرى بدلا منها، أو ظهور قيم جديدة لم تكن موجودة من قبل، كما أن هيمنة الدول الكبرى على وسائل الإعلام من شأنه أن يحقق لها الهيمنة وتتجه الولاءات والانتماءات إليها، ويعيش المواطن داخل مجتمعه مغتربا نتيجة بعده الثقافي عن ثقافته القومية التى غابت فى خضم الثورة الاتصالية المتنامية، والتي لا تلاحقها وسائل الاتصال القومية. وهذا ما تحاول الدراسة الحالية التعرف عليه.

---

(1) جلال مدبولى: الاتصال الإنسانى والتنمية، دار الثقافة العربية، القاهرة، 1991، ص 63.

([2])(2) سامية خضر: الشخصية المصرية: تحديات الواقع والمستقبل المنظور، مرجع سابق، ص 74.

ثانيا: المدخل الإعلامي:

أ- نظرية الاستخدامات والإشباعات: Uses and Gratifications Theory

ظهرت نظرية الاستخدامات والاشباعات في عقد السبعينات من القرن العشرين، ولقد مارست تأثيرا قويا على أجنده البحث الدولي لسنوات عديدة، ولهذه النظرية رؤية تفاؤلية حول تأثير وسائل الاتصال، حيث تحدت النظرية التقليدية في رؤيتها التشاؤمية لتأثير وسائل الاتصال على الجمهور. وتذهب إلي القول بأن جمهور وسائل الاتصال ليس جمهورا سلبيًا، وليسوا ضحايا لوسائل الاتصال، بل هم إيجابيين يستخدمون وسائل الاتصال لإشباع حاجات إنسانية معينة[1].

ويذهب أنصار نظرية الاستخدامات أمثال " دينيس ماكويلDenis Mcquail " و"جاي بولمرJay Bulmler " على نحو معارض للرؤية التقليدية التي تصف جمهور وسائل الاتصال بالسلبية، وعدم القدرة على النقاش والجدل، وضعف رؤيتهم النقدية، وتهتم نظرية الاستخدامات بمستقبل الرسائل الاتصالية أكثر من اهتمامها بكيفية صناعة الرسالة الإعلامية، وتحاول الكشف عن مدى استخدام الجماهير وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم.

وتنطلق هذه النظرية من فرضية أن أغلب الاستجابات نحو وسائل الاتصال ناجمة عن رغبة ذاتية، يتم التعبير عنها في صورتي الرفض والقبول لبعض البرامج دون غيرها، لأسباب متباينة ويشاهدونها في أوقات وبأشكال متباينة أيضا[2]. وتشتمل نظريات الاستخدامات والاشباعات على أبعاد سيكولوجية،

(1) Games Lull, **Media, Communication, Cultural: A global a approach**, Polity Press, Great Britain, 1995, P. 90.
(2) James Watson: **Media Communication: an Introduction to Theory and Process**, Macmillan Press, London, 1995, P. 62.

واجتماعية، وثقافية ترتبط بحاجات ودوافع الجمهور.

وتقوم نظرية الاستخدامات على الافتراضات الآتية:

1- يتم اختيار مضمون وسائل الاتصال بطريقة عقلانية Rational موجهة نحو تحقيق أهداف معينة وإشباعات محددة أيضًا.

2- إن جمهور وسائل الاتصال على وعى بمدى العلاقة بين وسائل الاتصال وإشباع الحاجات المرتبطة بالظروف الشخصية والاجتماعية والتي يمكن التعبير عنها بمفهوم الدوافع.

3- إن النقاش الحر والمنفعة الشخصية يمثلا حاجات حتمية ذات أهمية عن العوامل الأخلاقية والثقافية لدى الجمهور.

4- يمكن قياس دوافع المشاهدين والإشباعات المحققة لهم وكذلك الاختيارات الإعلامية ومتغيرات الخلفية المرجعية Background[1].

وفى بحث لكلاً من " بولمر، وكاتز Katz " قدما وصفًا تفصيليًا لطبيعة الحاجات التي تشبعها وسائل الاتصال، وفيما يلى عرض موجز لهذه الحاجات التى تشبعها وسائل الاتصال.

(1) التسلية: Diversion

يرى" بولمر، وكاتز" إننا نستخدم وسائل الاتصال للهروب من روتين الحياة، والهروب Escape من نطاق المشكلات الشخصية، ولتقليل التوتر والاضطرابات حتى فى حالة مشاهدة برامج الجريمة فإنها تفيدنا فى تحديد الكيفية التى يمكن من

(1) Denis Mcquail, Mcquails' Mass Communication Theory, Op. Cit., PP. 386–387.

خلالها يتم تحقيق الأمن في حجرات معيشتنا[1].

(2) تكوين العلاقات الشخصية: Personal Relation ship

تمد وسائل الاتصال الجمهور بالكثير من المعلومات عن شخصيات درامية أو واقعية، أكثر ما تمد الجمهور بمعلومات عن نفسه، مما يخلق لديه معرفة أكثر بالآخرين، وتجذبنا نحو محاولة التعرف على أخبارهم في كل مكان، فهي تخلق صداقة بين الجمهور والشخصيات الدرامية أو بتعبير آخر تخلق عملية تفاعل اجتماعي خارجي External Social Interactive.

(3) الهوية الشخصية: Personal Identity

تعمل الدراما التليفزيونية بكافة أشكالها على نقل الهوية الشخصية وتقديم أسلوب حياة وطريقة سريعة لتقييم قراراتنا، فالعمل الدرامي يعرض علينا مشكلات قد لا تتعلق بنا، ولكن قد تواجهنا مشكلة مماثلة في وقت ما، ومن خلال متابعتنا للطريقة التي تتعامل بها الشخصيات الدرامية مع المشكلات وتحدياتهم الحياتية (كالبطالة – المرض – هجر الحبيب – خيبة الأمل) يمكننا أن نصحح من تصرفاتنا وقراراتنا بما يتماشى مع الحل الصحيح ونتأكد من مدى صحة رؤيتنا وقيمنا، ومن خلال استجابتنا فإننا نشارك الملايين من البشر عبر العالم، في أسلوب حياة صنعه التليفزيون.

(4) مراقبة البيئة الخارجية: Surveillance

تمدنا وسائل الاتصال بمعلومات حول العالم يمكننا رؤية العالم كله من خلالها[2].

---

(1) James Watson Media Communication: an Introduction to Theory and Process, Op. Cit., PP. 62 - 63.

(2) James Watson: Media Communication: an Introduction to Theory and Process, Op. Cit., PP. 63 - 64.

وفى ضوء ما سبق نجد أن لوسائل الاتصال أهمية كبيرة، فهي ذات تأثيرات إيجابية وسلبية، وكلاهما يتوقف على المستخدم "الجمهور" نفسه.

النقد الموجه لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعرضت هذه النظرية للنقد، نظرًا لنزعتها الوظيفية السلوكية، ونظرًا لعدم توصلها إلى تنبؤات ناجحة، كما أنها لم تقدم تفسير سببي يوضح أسباب اختيار وسيلة معينة، فالعلاقة بينهم ضعيفة وغير مؤكدة. ومن ناحية أخرى فمقولة أن سلوك الجماهير يسترشد بدوافع معينة قول محل جدل ونقاش، حيث يرى أحد الباحثين إن بعض جمهور وسائل الاتصال قد يختار برنامجًا معينًا مسترشدًا بالأطر المرجعية* في حين يتعرض الآخرون لنفس البرنامج أو لغيره كعادة بدون دوافع[1].

ب- نظرية الغرس الثقافي Cultivation Theory

مقدمة:

نظرية الغرس الثقافى من النظريات الحديثة فى دراسة تأثير وسائل الاتصال، تعكس إسهامات علماء الاجتماع والإعلام فى بحوث الاتصال الجماهيري، ويتناول الباحث النظرية فى ضوء العناصر التالية:

أولاً: الأصول الاجتماعية والفكرية لنظرية الغرس الثقافي.

ثانيًا: سيطرة التليفزيون فى ضوء نظرية الغرس الثقافي.

ثالثًا: مفاهيم نظرية الغرس الاجتماعي.

(*) الأطر المرجعية: مجموعة الأفكار والقيم والاهتمامات والدوافع التى لدى الفرد وتؤثر على سلوكياته فى المواقف الحياتية المختلفة.

(1) Denis Mcquail: Mcquails' Mass Communication Theory, Op. Cit., P.388

رابعًا: فروض نظرية الغرس الثقافي.

خامسًا: مناهج نظرية الغرس الثقافي.

سادسًا: رؤية نقدية لنظرية الغرس الثقافي.

وفيما يلي يتناول الباحث بشيء من التفاصيل هذه العناصر.

أولاً: الأصول الاجتماعية والفكرية لنظرية الغرس الثقافي:

انتابت الولايات المتحدة الأمريكية موجه من الاضطرابات وزيادة في جرائم العنف وتغيرات في أنساق القيم، دفعت الرأى العام الأمريكي إلى الضغط على الكونجرس ليقدم حلاً لتلك الظروف، وتم توفير الدعم المادى اللازم للقيام بالأبحاث لتقصى الحقائق حول هذه الظروف، من قبل بعض الهيئات والمعاهد القومية الأمريكية، في ذات الوقت تعالت الأصوات بأن وسائل الاتصال وخاصة التليفزيون هو المسئول الأول عن هذه الظروف، لذا اتجهت الأبحاث نحو تناول تأثيرات التليفزيون في بعض المجالات الاجتماعية كالتعليم والصحة والسلوك الانحرافي، وتم طباعة حوالي 60 دراسة في خمس مجلدات عام 1971 تحت عنوان "التليفزيون والسلوك الاجتماعي"[1].

وكان من هؤلاء الباحثين " لارى كروز Lary Cross"، و" ميشيل مورجان Michael Morgan"، و" نانسى سجنوريالى Nancy Signorialli "، و"جورج جربنر G. Grebener " وجميعهم من مدرسة أنبرج للاتصال بجامعة بنسلفانيا، وكانت أبحاثهم تدور حول الطريقة التى تؤثر بها وسائل الاتصال على رؤية

---

(1) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص263.

أعضاء المجتمع للواقع والعالم الخارجي، واستغرقت هذه الأبحاث ثلاثة عقود، حاول الباحثون من خلالها الكشف عن الروابط المحتملة بين كثافة المشاهدة التليفزيونية وقصص الغرس الثقافي[1].

ثانيًا: سلطوية التليفزيون في ضوء نظرية الغرس الثقافي:

ناقش "جربنر" كيف أصبح التليفزيون ذو سلطة ثقافية مركزية في المجتمع الأمريكي، موضحًا كيف أنه أصبح عضوًا أساسيًا في كل أسرة، فهو مصدر الأخبار والروايات في كل الأوقات[2]. فالتليفزيون يفرض بيئة رمزية بديلة للواقع الاجتماعي من خلال رسائله، وهذه البيئة تساعد الناس على الانسجام والاقتراب منها، حيث تغرس معايير وقيم وسلوكيات جديدة مكان قيم ومعايير الواقع المعاش، فالتليفزيون ليس مجرد نافذة ينظر من خلالها الجمهور بل يعكس العالم الخارجي نفسه، ويعمل التليفزيون على تدعيم قيم وسلوكيات ومعتقدات قد تكون مطلوبة بالنسبة للمجتمع، ومن الممكن أن يفرض قيم وسلوكيات ومعتقدات من الخارج[3].

ثالثًا: المفاهيم المرتبطة بنظرية الغرس الثقافي:

ترتبط بنظرية الغرس الثقافي بعض المفهومات من أبرزها الغرس الثقافي، والاتجاه السائد، والرنين أو الصدى، ويحاول الباحث عرض نبذة مختصرة عن كل مفهوم.

---

(1) Games Watson: Media Communication: an Introduction to Theory and Process, Op. Cit., PP. 67 – 68.

(2) W. J. Severin & G. W. Tankard: Communication Theories, Orgions, Method and Uses, Op. Cit., P. 249.

(3) Denis Mcquail: Mcquails' Mass Communication Theory, Op Cit., PP 264 - 265.

1- مفهوم الغرس الثقافي:

الغرس الثقافي (عملية تعلم تحدث بطريقة عرضية نتيجة التعـرض المكثـف لوسائل الاتصال الجماهيرى وخاصة التليفزيون لما له من تأثير على المشاهد عن طريق غرس وإنماء أفكار واتجاهات وصور ذهنية عن العالم المحيط به) (1). كما يعرف "جربنر" الغرس الثقافى بأنه (عملية لكتساب المعرفة أو السلوك من خـلال الوسط الثقافي الذى يعيش فيه الإنسان)(2).

هذا وتعد نظرية الغرس الثقافى تفسيرًا نظريًا لدور وسائل الاتصال كوسـيط للتنشئة الاجتماعية، وتحقق عملية الغرس أهداف عملية التنشئة الاجتماعيـة، مـن خلال إكساب الفرد الاتجاهات والقيم والسلوكيات المناسـبة لـدوره الاجتمـاعى، لتمكينه من مسايرة جماعته الاجتماعية والتوافق معها، وتكسبه الطابع الاجتماعى، وتيسر له الاندماج فى الحياة الاجتماعية، وقد عرفت هذه النظرية فـى الولايـات المتحدة الأمريكية بنظرية الأعراف أو القيم الثقافية Cultural Morels(3).

2- مفهوم الاتجاه السائد: Main Stream

ظهر مفهوم الاتجاه السائد كرد فعل للنقد الذى تعرضت له نظريـة الغـرس الثقافى من قبل النقاد نظرًا لعدم أخذها العوامل الاجتماعية فى الاعتبار، وتركيزها على كثافة المشاهدة فقط، ويظهر الاتجاه السائد عنـدما تتقـارب وجهـات نظـر

---

(1) سوزان القلينى: الإعلام الدولي، ط2، د.ن، د.ت، 2000، ص46.

(2) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص264

(3) أمانى السيد فهمي:" الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير فى الراديو والتليفزيون"، جامعة القاهرة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع6 – أكتوبر – ديسمبر، 1999، ص221.

المشاهدين عبر جماعات اجتماعية مختلفة[1]. ويترتب على الاتجاه السائد تلاشى الاختلافات الناجمة عن العوامل الاجتماعية (السن – النوع – التعليم – المكانة الاجتماعية والاقتصادية) بين الأفراد كثيفى المشاهدة[2].

ويتحقق الاتجاه السائد فى ضوء ما سبق من خلال ثلاثة عمليات هي:

1- الإذابة: **Blurs** يقصد بها عملية إخفاء التمايزات الاجتماعية التقليدية.

2- التوليف: **Blends** يقصد بها عملية دمج الجماعات المتباعدة فى اتجاه واحد.

3- التشكيل: **Bends** يقصد بها عملية تحقيق الاتفاق القيمي من خلال توحيد اهتمامات الوسيلة نحو الاتجاه الذى يهتم به التليفزيون[3].

ويعرف الاتجاه السائد بأنه هو "التجانس بين الأفراد ذو درجة الكثافة العالية فى المشاهدة التليفزيونية فى اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة للمجتمع التى يقدمها التليفزيون كقناة ثقافية حديثة". وبالتالى يمكننا الكشف عن التباين فى إدراك العالم الخارجى بين الذين يشاهدون التليفزيون بدرجة أقل من الذين يشاهدون بدرجة اكبر، ويقترب مفهوم الاتجاه السائد لدى جربنر من وجهة نظر الباحث من مفهوم الضمير الجمعي لدى "دوركايم".

---

(1) W. J. Severin & G. W. Tankard: Communication Theories, Orgions, Method and Uses, Op. Cit., P. 250.
(2) J R. Dominick: The Dynamics of Mass Communication, Op. Cit., P. 537.
(3) James Watson: Media Communication: an Introduction to Theory and Process, Op. Cit., PP. 67.

2- مفهوم الرنين أو رجع الصدى: Resonance

يقصد به التأثيرات المضافة عن المشاهدة بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلاً لدى المشاهدين، ويمكن للمشاهدة أن تؤكد الخبرات السابقة للفرد من خلال استدعائها بالأعمال التليفزيونية سواء كانت إيجابية أو سلبية[1].

رابعا: فروض نظرية الغرس الثقافي:

يرى أنصار نظرية الغرس الثقافي أن كثافة المشاهدة تعمل على غرس القيم والمعتقدات بطريقة مماثلة بين جماعات متباعدة ومتفاوتة بشكل تجعلها أكثر تجانسًا، وذلك من خلال الصورة التليفزيونية التي تعمل على غرس القيم الثقافية والأيديولوجية والرؤى حول العالم، مما يؤدى إلى تقارب رؤى الناس حول الواقع ورؤى وسائل الاتصال.

واستنادًا إلى ما سبق تفترض نظرية الغرس وجود علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم والاتجاهات التي يعكسها مضمون البرامج التليفزيونية[2].

وتؤدى مشاهدة التليفزيون بشكل تدريجي إلى تبني المعتقدات والقيم التي تقدمها البرامج التليفزيونية حول الواقع الاجتماعي[3]، ولقد تم تحليل هذه الدراسات على المستوى القومي والعالمي وركز الباحثون على تأثيرات المدى الطويل دون المدى القصير[4] ويعد " ميشيل مورجان M.Morgan "من أبرز الباحثين الذين

---

(1) محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، مرجع سابق، ص265.

(2) Games Watson: **Media Communication: an Introduction to Theory and Process**, Op. Cit., P. 67.

(3) Denis Mcquail: **Mcquails' Mass Communication Theory**, Op. Cit., P. 466.

(4) Joseph R. Dominick: **The Dynamics of Mass Communication**, Op. Cit., P. 533.

اهتموا بدراسة تأثير المشاهدة التليفزيونية على المشاهد الدولي باختلافات السياسات والثقافات الدولية[1].

كما تفترض نظرية الغرس أن التليفزيون يؤدي إلى تقارب الرؤى لدى المشاهدين وإلى تلاشي الاختلافات كما تؤدي إلى تشكيل الاتجاه السائد، ولقد اتخذ الباحثين منهجان لدراسة فروض نظرية الغرس على النحو التالي.

خامسا: مناهج نظرية الغرس الثقافي:

اعتمد الباحثون في اختبارهم لقضايا النظرية على منهجين أساسيين، تحليل المضمون Content Analsysis، والمسح الاجتماعي Social Survey. ويستخدم المنهج الأول لتحليل البرامج التليفزيونية من أجل تحديد القضايا السائدة والمهيمنة في البرامج، والتي من المحتمل أن يكون لها تأثير على الجمهور. ويستخدم المنهج الثاني لتحديد تأثير التعرض المكثف لبرامج التليفزيون على المشاهدين من خلال تحليل إجابات الجمهور، والتي تنقسم إلى شكلين من الإجابات:

أ. إجابات التليفزيون: **T. V Answers**

وهي إجابات مرتبطة بالصورة المقدمة عن العالم الحقيقي من وجهة نظر التليفزيون.

ب. إجابات الواقع: **Real answers**

وهي إجابات ممثلة للمواقف في الحياة الواقعية الفعلية للجمهور.

وخير مثال على ذلك يمكن أن نتعرف عليه من خلال ما قدمه "جربنر"

---

(1) سوزان القليني: الإعلام الدولي، مرجع سابق، ص46.

وزملائه في دراستهم من تساؤلات وكان من بينها تساؤل حول نسبة الشخصيات النسائية العاملة في مجال القضاء ومكافحة الجريمة، وكانت الإجابة التليفزيونية التي قدمها الباحثون من خلال تحليل المضمون البرامج 10% أما الإجابة الواقعية فهي 1%، ولاحظ الباحثون أن إجابات كثيفي المشاهدة جاءت ممثلة لإجابة التليفزيون 10%، في حين كانت إجابة قليلة المشاهدة ممثلة للواقع الفعلي[1].

سادسا: رؤية نقدية تحليلية لنظرية الغرس الثقافي:

لاقت نظرية الغرس الثقافي تأييد من بعض الباحثين، كما تعرضت للنقد من البعض الآخر، فلم تكن النتائج التي توصل إليها "جربنر" وزملائه مرضية لكل الباحثين، فلقد تعرض بحثه للنقد من قبل أحد النقاد الذي وصف بحث "جربنر" بأنه عمل غير كاف لا يمكن من خلاله التحكم في المتغيرات الديموجرافية، والتي من الممكن أن تجعل الغرس ضئيل جدًا وهو ما دفع"جربنر"إلى مفهوم الاتجاه السائد[2]، كما أن الاهتمام المتزايد بالتأثيرات أدى إلى عدم الاهتمام بنوعية البرامج التي يتم مشاهدتها[3].

ولقد دفع هذا كل من" روبن Robin"، و"بارس Pars"، و"تايلور Taylor" إلى الشك في عمومية نتائج كثافة المشاهدة، بالرغم من تأكيدهم على وجود تأثيرات للمشاهدة، إلا أن هذه التأثيرات ترتبط بنوعية البرامج، فمشاهدي البرامج الصباحية أكثر إدراكًا للغيرية، والإيثارية، والثقة بالآخرين، ومشاهدي البرامج الدرامية المسائية أكثر اهتمامًا بأصحاب النفوذ السياسي، في حين نجد أن مشاهدي

---

(1) Joseph R. Dominick: The Dynamics of Mass Communication, Op. Cit , P 466.

(2) W. J. Severin & G. W. Tankard: Communication Theories, Op. Cit., P 250.

(3) سوزان القليني: الإعلام الدولي، مرجع سابق، ص48.

المغامرات والأحداث أكثر شعورًا بالأمن، كما لاحظ أن المشاهدة النشطة لهـا دور فعال في تحديد تأثيرات الغرس الثقافي[1].

ومن ناحية المنهج المستخدم، فإن الاعتماد على المسح بالعينات ينتابه الـشك في إمكانية الاعتماد على هذه النتائج ومحاولة تعميمهـا علـى كـل الجماعـات والثقافات، ولم تحدد لها أطر نظرية ومنهجية خاصة أكثر من كونها مجرد فروض مستقاة من النظرية الكلية لدور وسائل الاتصال في بناء الأفكار والمعاني كأداة من أدوات التفاعل الرمزي داخل المجتمعات[2].

وأخيرًا نجد أن أنصار نظرية الغرس الثقافي ينظرون للإنسان نظرة سـلبية، على اعتبار أنه من وجهة نظر أنصارها مستسلم وبدون إرادة ويقبـل مـا يقدمـه التليفزيون دون مناقشة أو تحليل متجاهلين القدرة الانتقائية للبرامج لدى المـشاهد، كما تصور التليفزيون على أنه كائن سلطوي لا يقهر من قبل المجتمع أو الجمهور وتقترب من الحتمية التليفزيونية وتدخل أيضًا ضمن نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام[3].

وبالرغم من النقد الذي تعرضت له نظرية الغرس في مجتمعات مختلفـة، إلا أن ذلك لا يقلل من أهمية النظرية في التراث العلمي لدراسـة وسـائل الاتـصال الجماهيري.

---

(1) Games Watson: Media Communication, Op. Cit., P. 250.

(2) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ص269 – 272.

(3) جمال جاسم: "نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الإعلام وتطورها: دراسة نقدية تحليلية"، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، مجلس النشر العلمي، ع(46)، السنة الثانية عشر، شتاء، الكويت، 1994، ص168.

تعقيب:

لقد استفاد الباحث من المنظورات السابقة كل الاستفادة، فمن المنظور الوظيفى استفاد من فرضية أن نظام الاتصال يؤدى وظائف متعددة تساعد علـى اسـتمرار النظام وتكامله فى حال كونها إيجابية، كما استفاد من منظور الصراع فى فرضـية انه يؤدى إلى الصراع الذى يؤدى بدوره الى التغير نتيجة لبعض الوظائف السلبية التى يحققها نظام الاتصال في المجتمع، كما استفاد الباحث من نظرية الاسـتمالات والاستخدامات في التعرف على الاشباعات التي يحققها نظام الاتصال فى المجتمع، كما استفاد الباحث من نظرية الغرس الثقافى فى فرضها الرئيسي القائـل بوجـود علاقة بين كثافة التعرض وغرس القيم.

الفصل الثالث
استعراض نقدي
للدراسات السابقة

مقدمة

أولا: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم

ثانيا: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على التنشئة والمشاركة السياسية

ثالثا: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الثقافة

رابعا: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مدى رضا المشاهدين عن التليفزيون

خامسا: تعقيب على الدراسات السابقة

الفصل الثالث

استعراض نقدي للدراسات السابقة

<u>مقدمة:</u>

يهدف هذا الفصل إلى تقديم رؤية نقدية للدراسات السابقة، حيث تعد عملية تحليل الدراسات السابقة من الخطوات المهمة في البحث الاجتماعي، وضرورة بحتية تفرض على الباحث الالتزام بالموضوعية في تناوله الجهود السابقة، التي اقتربت من موضوع بحثه، سواء كانت تلك الأبحاث، أو تلك الدراسات تم نشرها في دوريات علمية، أو جاءت في صورة رسائل ماجستير، أو دكتوراه منشورة، أو غير منشورة.

وعندما يتعرض الباحث لمثل هذه الأبحاث، فانه يتناولهما بالتحليل والنقد للوقوف على الجوانب التي درست في الظاهرة، وتلك التي لم تدرس بعد، أو تلك التي هي موضع خلاف. ومن ثم يسعى الباحث نحو إيجاد حلول لتلك المشكلات أو توصيف لبعض جوانب الظاهرة [1]. وهذا التوجه يحقق سمة مهمة من سمات العلم، وهي السمة التراكمية، فالبحث العلمي حلقات متواصلة لا ينتهي بالوصول إلى نتائج معينة، بل يبدأ من حيث أنتهى الآخرين، ويضع بدايات لأبحاث أخرى في حاجة إلى مزيد من الدراسة.

ولقد اختلف الباحثين فيما بينهم حول هذه القضية وهناك رأيان:-

<u>الأول:</u> يؤكد على ضرورة تناول موضوع جديد لم يطرق من قبل.

<u>الثاني:</u> يؤكد على ضرورة تناول موضوعات سبق تناولها من اجل التأكد من

---

(1) عبد الباسط حسن: <u>أصول البحث الاجتماعي</u>، مكتبة وهبه، القاهرة، ط12، 1998، ص 158.

صدق نتائجها في مجتمعات أخرى[1]. وأيا كان الوضع، فالاطلاع علـى البحـوث والدراسات السابقة يفيد الباحثين في القضايا التالية:-

1- بلورة مشكلة البحث وتحديد أبعادها، مما يجنب التكرار والوقوع في مزالق الآخرين.

2- تمنح الباحثين فرصة اكبر للإلمام بالأطر النظرية، والفروض العلمية التي اعتمد عليها الباحثون السابقون، مما يعطيهم طمأنينة في التقـدم بأبحـاثهم معتمدين على ما زودتهم به هذه الأبحاث من أفكار.

3- تزويد الباحثين بالأدوات المنهجية اللازمة والمناسبة لموضوع بحثهم.

4- تزويد الباحثين بالكثير من المصادر والمراجع المهمة لموضوع بحثهم[2].

ولقد حظيت ظاهرة القنوات الفضائية باهتمام العديد من الخبراء والباحثين في تخصصات علمية مختلفة، كعلـم الـنفس، وعلـم الاجتمـاع، وعلـم الإعـلام، والانثربولوجيا، إلا أن الطابع الإعلامي قد غلب على هذه الأبحاث وتلك الدراسات، ومن ناحية أخرى لقد اجرى الباحثون هذه الدراسات في مجتمعات متباينـة منهـا المتقدمة والنامية، والأخيرة هي الأكثر تضررا من الناحية الاجتماعيـة والثقافيـة والاقتصادية والسياسية.

وبالرغم من ضخامة الجهود، إلا أن حجم التأثير الناجم عن انتشار الفضائيات اضخم بكثير من تلك الجهود، كما أن تلك الأبحاث في تناولها للقنوات الفضائية، قد

---

(1) نفس المرجع السابق، ص 159.

(2) ذوقان عبيدات وآخرون: البحث العلمي: مفهومة – أدواته – أساليبه، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 1990، ص ص 74-75.

اهتمت بجوانب غير تلك التي يسعى الباحث إلـى دراسـتها، ويتنـاول الباحـث الدراسات السابقة في ضوء مجموعة من الأبعاد وهي كالآتي:-

1- مشكلة الدراسة وأهدافها.

2- تساؤلات الدراسة وفروضها.

3- البناء المنهجي للدراسة.

4- النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

5- تحليل نقدي للدراسة في ضوء أهداف الدراسة الحالية.

ويرى الباحث انه بمسح التراث البحثي، تبين أن هناك عدة دراسات ارتبطت بشكل مباشر أو غير مباشر بموضوع الدراسة، ويمكن تصنيفها في أربعة أقـسام على النحو التالي:-

أولا: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم:

الدراسة الأولى

" تأثير مضمون القنوات الفضائية

على النسق القيمي في الريف المصري[1] "

مشكلة الدراسة:

تتجسد مشكلة الدراسة في معرفة تأثير مضمون القنوات الفضائية على إدراك المشاهدين- في إحدى القرى بصعيد مصر- للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.

فروض الدراسة:

1- تؤثر عدد ساعات المشاهدة على إدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.

2- هناك علاقة دالة إحصائية بين دوافع المشاهدة، وإدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.

3- تؤثر نوعية المضمون على إدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.

4- يؤثر المستوى الاجتماعي الاقتصادي على إدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.

5- يؤثر المستوى التعليمي على إدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.

---

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري"، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، ع 184، 1997.

6- الذكور اكثر إدراكا للنسق القيمى الذى تقدمه برامج القنوات الفضائية من الإناث.

7- كبار السن اقل إدراكا للنسق القيمى الذى تقدمه برامج القنوات الفضائية من صغار السن.

البناء المنهجي للدراسة:-

أ- المنهج: يعتمد البحث على منهج المسح الاجتماعي.

ب- الأدوات: يستخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات(1).

نتائج الدراسة:-

كشفت نتائج الدراسة عن عدم وجود علاقة بين كثافة المشاهدة، وبين إدراك المشاهدين للنسق القيمي الذى تقدمه برامج القنوات الفضائية. وهذا ما يؤكد خطأ الفرض الرئيسى لنظرية الغرس الثقافي.

تبين من نتائج الدراسة أن هناك علاقة بين دوافع المشاهدة، وإدراك المشاهدين للنسق القيمي الذى تقدمه القنوات الفضائية، وكذلك العلاقة بين مضمون البرامج والنسق القيمى المقدم من خلالها.

أوضحت الدراسة وجود علاقة بين المستوى التعليمي والاجتماعى والاقتصادى ومدى إدراك المشاهد للنسق القيمي الذى تقدمه برامج القنوات الفضائية.

أوضحت الدراسة أن صغار السن والذكور اكثر إدراكا للنسق القيمى المقدم

---

(1) نفس المرجع السابق، ص ص 260- 263.

فى برامج القنوات الفضائية من الإناث وكبار السن[1].

رؤية نقدية:

لقد اتجهت الدراسة نحو اختبار فروض نظرية الغرس الثقافى، ولقد تمكن الباحث من إثبات معظم فروض الدراسة، فيما عدا الفرض الأول الذى يربط بين كثافة المشاهدة ودرجة التأثير، وهذه الدراسة السابقة بالرغم من كونها دراسة تحليلية متعمقة، إلا إنها اكتفت بمعرفة التأثير على المستوى الإدراك، دون الخوض فى مدى التشبع بهذه القيم، ومعرفة تأثيرها على سلوكيات الأفراد. وهذا ما تتجه الدراسة الحالية نحو تحقيقه، كما أن الدراسة السابقة، قد اختبرت بعض من فروض نظرية الغرس الثقافى فى المجتمع الريفى، فان الدراسة الحالية تختبر بعض فروض نظرية الغرس فى المجتمع الحضرى.

---

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصرى"، مرجع سابق، ص ص 265- 287.

الدراسة الثانية

القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية

وأنماط السلوك الاستهلاكي

فى المجتمع السعودى 1998 1418 هـ[1]

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تهدف الدراسة إلى التعرف على التأثيرات الاجتماعية والاقتصادية لاستقبال البث المباشر عبر القنوات الفضائية في المجتمع السعودى، وخاصة فى مجال أنساق القيم الاجتماعية، وأنماط السلوك الاستهلاكي، ومن ثم فهي تهدف إلى:

1- تقديم فهم سوسيولوجي للعوامل التى تدفع السعوديين لاقتناء أجهزة استقبال البث المباشر، وما يرتبط بها من تفضيلات فى المشاهدة وأنماطها وعاداتها.

2- التعرف على التأثيرات الناجمة عن مشاهدة ما تبثه القنوات الفضائية فى مجال أنساق القيم الاجتماعية، وأنماط السلوك الاستهلاكي وحدود هذه التأثيرات ومداها فى المجتمع السعودى.

تساؤلات الدراسة:

1- ما الأسباب والدوافع المسئولة عن اقتناء المواطنين السعوديين وحيازتهم لأجهزة الهوائيات؟

2- ما التفضيلات الشائعة في المشاهدة فيما بين ما تبثه القنوات الفضائية لدى المواطنين السعوديين؟

---

(1) فارس بن محمد الغزى، عبد الله محمد حسين: " القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكى فى المجتمع السعودى 1998- 1418 هـ "، **مجلة الخدمة الاجتماعية**، ع 10، القاهرة، 1999.

3- ما حجم الفترات الزمنية التي يستغرقها السعوديين في مشاهدة القنوات الفضائية؟ وما هي أنماط وعادات مشاهدتهم؟

4 ما التغيرات التي طرأت على الأسرة السعودية بكل أشكالها ومستويات وجودها من جراء حيازتهم لأجهزة استقبال الفضائيات ومشاهدة ما تبثه؟

5- هل ثمة تغيرات طرأت على الأنماط الاستهلاكية للسعوديين بفعل مشاهدة ما تبثه القنوات الفضائية؟

6- ما الجوانب الإيجابية والسلبية التي لاحظها، ورصدها السعوديين المترتبة على شيوع اقتناء أجهزة استقبال الفضائيات ومشاهدة ما تبثه[1]؟

7- هل أثرت مشاهدة القنوات الفضائية والانقطاع لها على معدلات الإنتاجية والتحصيل الدراسي في المجتمع السعودي[2]؟

البناء المنهجي للدراسة:

أ- المنهج: لقد استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي بالعينة

ب- الأدوات: استمارة المقابلة على عينة مساحية تتكون من 100 فرد[3].

نتائج الدراسة:

1. توصلت الدراسة إلى أن من أهم أسباب اقتناء الهوائيات لدى السعوديين هو معرفة ما يحدث في الخارج، ومشاهدة البرامج العلمية والثقافية، ورغبة في

---

(1) نفس المرجع السابق، ص ص 321-326.

(2) فارس بن محمد الغزي، عبد الله محمد حسين:" القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي "، مرجع سابق، ص 337.

([3])(3) نفس المرجع السابق، ص343.

اكتساب خبرات وتجارب ومهارات جديدة، وإبقــاء الأبنــاء فــي الــداخل، والاستفادة مما تقدمه في مجال العمل، وتحسين مستواهم في اللغة الأجنبية.

2. كشفت نتائج الدراسة أن 60% من أفراد العينــة يفــضلون الجمــع بــين المشاهدة الفردية والجماعية للقنوات الفضائية، في حين أن 29% من أفراد العينة يفضلون المشاهدة الجماعية، و11% يفضلون المشاهدة الفردية.

3. كشفت نتائج الدراسة عن أن أصحاب المشاهدة الجماعية يفضلون مشاهدة النشرات الإخبارية، والبرامج الثقافية، والرياضية، والأفلام، والمسلسلات، والحفلات، في حين يفضل أصحاب المشاهدة الفردية تمثيليــات الــسهرة، والبرامج العلمية، والمصارعة الحرة، وأنواع خاصة من الأفلام[1].

4. كشفت نتائج الدراسة عن أن من أهم التغيرات التي لحقت بالأسرة نتيجــة اقتناء الهوائيات، اتساع أفق الأسرة، وتغير أساليب التفكير، وتغير نظــرة الأفراد نحو العالم المحيط بهم كنواحي إيجابية، في حين تحولت الأسرة إلى بيئة ثانوية وليست أولية.

5. كشفت نتائج الدراسة عن أن الفضائيات تؤدي إلى القيم الإيجابية الآتية:

أ. اتساع الأفق، وتغير النظر نحو العالم، ونضج الوعي.

ب. تحقيق التواصل مع الحضارات.

ج. ترسيخ قيم التسامح وقبول الحق في الاختلاف والتعايش مع الآخر.

6. كشفت نتائج الدراسة عن أن القنوات الفضائية تؤدي إلــى شــيوع القــيم السلبية الآتية:

(1) نفس المرجع السابق، ص ص 355 260.

- زيادة حدة الغريزة الجنسية لدى الشباب.
- التقليد الأعمى للقيم الغربية.
- الانحلال الخلقي في المجتمع.
- الرغبة الدائمة في الهجرة.
- تدني المستوى التعليمي وتغير أساليب تنشئة الأبناء.
- زيادة حدة الصراع بين الأجيال.
- ظهور قيم الفردية والأنانية.
- ضعف روح التضامن والانتماء وقيمة الجمعية والتعاونية، واختفاء قيم القرابة والجيرة.
- إحجام الشباب السعودي عن الزواج وكراهية الجنس الآخر.

7. كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية أثرت على الإنتاج نتيجة السهر الطويل، وشيوع مشاعر الكسل والخمول وعدم الجدية في العمل وتفشي ظاهرة اللامبالاة والبطالة وزيادة النزعة الاستهلاكية وخاصة فيما يتعلق بالمنتجات ذات الطابع الترفيهي وعدم الإقبال على المنتجات المحلية[1].

---

(1) فارس بن محمد العزي، عبد الله محمد حسين:" القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي "، مرجع سابق، ص ص 360-366.

رؤية نقدية:

تتفق الدراسة مع الدراسة الحالية فى تناول الجوانب الإيجابية والسلبية للقنوات الفضائية، وفى تناولها لتأثير المشاهدة على بعض القيم كالجمعية والفردية، إلا أن الدراسة الحالية تختلف عن السابقة فى إنها تتناول القيم السياسية كالانتماء والولاء السياسى، والاغتراب السياسي، مما يضفى على الدراسة الحالية بعدًا اجتماعيًا سياسيًا مغايرا للبعد الاجتماعى الاقتصادى الذى تتسم به الدراسة السابقة في ضوء عدد من المتغيرات الديموجرافية.

الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية أثرت على الإنتاج نتيجة السهر الطويل، وشيوع مشاعر الكسل والخمول وعدم الجدية في العمل وتفشى ظاهرة اللامبالاة والبطالة وزيادة النزعة الاستهلاكية وخاصة فيما يتعلق بالمنتجات ذات الطابع الترفيهى وعدم الإقبال على المنتجات المحلية[1].

رؤية نقدية:

تتفق الدراسة مع الدراسة الحالية فى تناول الجوانب الإيجابية والسلبية للقنوات الفضائية، وفى تناولها لتأثير المشاهدة على بعض القيم كالجمعية والفردية، إلا أن الدراسة الحالية تختلف عن السابقة فى إنها تتناول القيم السياسية كالانتماء والولاء السياسى، والاغتراب السياسى، مما يضفى على الدراسة الحالية بعدًا اجتماعيًا سياسيًا مغايرا للبعد الاجتماعى الاقتصادى الذى تتسم به الدراسة السابقة فى ضوء عدد من المتغيرات الديموجرافية.

---

(1) فارس بن محمد العنزي، عبد الله محمد حسين: " القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي "، مرجع سابق، ص ص 360 366.

الدراسة الثالثة

"أثر القنوات الفضائية الوافدة فى بعض قيم الأسرة المصرية"[1]

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير القنوات التليفزيونية الوافدة على بعض قيم الأسرة المصرية، ومن ابرز أهداف البحث ما يلي:-

1- التعرف على أى القنوات التليفزيونية الوافدة أكثر فاعلية وتأثيرًا واستقطابًا للمشاهدين ومعرفة أى الأشكال الفنية أكثر مشاهدته.

2- الوقوف على دور التليفزيون المصرى في مواجهة القنوات التليفزيونية الوافدة وآراء المشاهدين بشأن تطوير هذه البرامج المصرية.

3- إلقاء الضوء على نشأة القنوات التليفزيونية الوافدة وتطورها ومدى تأثيرها فى القيم[2].

تساؤلات الدراسة:

1- ما هو تأثير مشاهدة القنوات الوافدة على العلاقات الأسرية؟ وهل أدت المشاهدة إلى اتباع أفراد الأسرة لسلوك العنف أو إدمان المخدرات؟

2- هل تؤدى مشاهدة القنوات الفضائية الوافدة إلى زيادة الوعي الاقتصادى لدى المشاهد؟ وما تأثير المشاهدة على السلوك الاستهلاكى؟

---

(1) محمد عبد البديع السيد: أثر القنوات التليفزيونية الوافدة فى بعض قيم الأسرة المصرية، (رسالة دكتوراه منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق)، 1998.

(2) محمد عبد البديع: أثر القنوات التليفزيونية الوافدة فى بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص 3.

3- ما تأثير مشاهدة القنوات الوافدة على الوعي السياسي؟ وما مدى مصداقية عرض الانتخابات المحلية وعدالة تناول القضية الفلسطينية؟

4- هل أثرت مشاهدة القنوات الوافدة على عقيدة المشاهد؟ والى أي مدى دفعت بالمشاهد إلى سلوكيات يرفضها الدين؟

5- هل أدت مشاهدة القنوات الوافدة إلى زيادة قيمة العلم والعلماء؟ وهل أدت إلى زيادة الوعي المعرفي بقضايا العصر كالإرهاب والمخدرات؟ وهل شمل تأثيرها الأميين والمتعلمين معا[1]؟

البناء المنهجي للدراسة:

أ- المنهج: استعان الباحث بمنهج المسح الاجتماعي بالعينة، والمنهج التاريخي، والمنهج المقارن.

ب- الأدوات: الاستبيان[2].

نتائج الدراسة:

1. كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية الوافدة أثرت على العلاقات الأسرية (علاقة الزوج بالزوجة- علاقة الأبناء الذكور الإناث)، فلقد أضعفت روح الانتماء الأسرى، وزادت من الرغبة في التحرر من القيود الأسرية، كما إنها بثت روح العنف والعدوان الأسرى، فأحاطت أفراد الأسرة بأساليب الجريمة، وهذا يؤكد على وجود علاقة سلبية بين متابعة القنوات الوافدة والتغيرات التي طرأت على قيم الأسرة.

---

(1) نفس المرجع السابق، ص27.

(2) نفس المرجع السابق، ص ص 27- 31.

2. كشفت نتائج الدراسة على أن مشاهدة القنوات الوافدة أدت إلى زيادة الوعي الاقتصادي، وزادت من الرغبة الاستهلاكية، وفي نفس الوقت أدت على التأخر عن مواعيد العمل مما يؤدي إلى ضعف الإنتاج.

3. كشفت نتائج الدراسة عن دور المشاهدة في زيادة الوعي السياسي وحب الوطن، وأكدت على أهمية المشاركة في أوقات الانتخابات ومصداقيتها، إلا أنها لم تكن عادلة تمامًا في عرضها لقضية السلام بين العرب وإسرائيل.

4. كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية شوهت صورة عقيدة الإسلام في نفوس المشاهدين في حي السيدة زينب ودمياط ولم تستطع تشويهها في حي الزمالك، حيث تقدم الإسلام على أنه دين عنف ورمز للتخلف والرجعية والتعصب، كما كشفت الدراسة على تشجيع القنوات الوافدة على شرب الخمر من وجهة نظر بعض أفراد العينة في حين تشجع على تشبه الرجال بالنساء، كما كشفت عن اتجاه المرأة نحو الملابس العصرية نتيجة مشاهدتها للقنوات الوافدة[1].

5. كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية رفعت من قيمة العلم والعلماء في نفوس المشاهدين، كما أنها عملت على زيادة المعلومات عن قضايا العصر وخاصة حول قضية الصراع العربي الإسرائيلي، وقضية تلوث البيئة، كما أن الأميين يعتبرون من الضحايا الأكثر سهولة بالنسبة للفضائيات فهم أكثر تأثرًا وتقليدًا لما يشاهدونه، كما أنها تؤثر أيضًا على المتعلمين في زيادة وعيهم الاقتصادي والسياسي والثقافي والعلمي وزيادة

---

(1) محمد عبد البديع: أثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص ص 226- 250.

الطموح والرغبة فى الهجرة وفتح مجالات للعمل والاتصالات بالعالم الخارجى والاطلاع على التقدم العلمى والتكنولوجى فى العالم وحافز لتعلم اللغات الأجنبية وتنميتها[1].

رؤية نقدية:

الدراسة السابقة دراسة شمولية، تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على أشكال متعددة من القيم سواء كانت اجتماعية، سياسية، دينية، علمية، فضلاً عن توضيحها للجوانب الإيجابية والسلبية لكثافة المشاهدة في سلوكيات المشاهدين.

إلا أن الدراسة السابقة لم تتعمق فى تناول قيم سياسية كالانتماء السياسى، والاغتراب السياسي، ، فاهتمت بالولاء السياسى على المستوى الشعوري، وليس من خلال الكشف عن الممارسة الفعلية للمشاركة السياسية كمؤشر للانتماء السياسي، وهذا ما سوف توضحه الدراسة الحالية؛ كما اهتمت الدراسة بالعلاقة بين الأبناء والآباء ولم توضح مدى تأثر تلك القيم بالقنوات الفضائية، ومدى تأثيرها على قيم الفردية. بالإضافة إلى اختلاف المجال الجغرافى والزمنى للدراسة السابقة والحالية.

---

(1) نفس المرجع السابق، ص ص 251- 270.

الدراسة الرابعة

" البث التليفزيونى المباشر واثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية [1]"

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تتحدد مشكلة الدراسة فى الكشف عن العلاقة التأثيرية بين البث التليفزيونى المباشر، والقيم الاجتماعية لدى عينة من الأسر المصرية بمحافظة المنيا، ومن أهم أهداف الدراسة:

1- التعرف على أى الشرائح المجتمعية تشاهد برامج الدش، والوقوف على خصائصهم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

2- التعرف على برامج وقنوات الدش المفضلة لدى المشاهدين.

3- التعرف على تأثير القيم الوافدة على القيم الاجتماعية السائدة فى المجتمع بشكل عام، والقيم الأسرية بشكل خاص.

4- الوقوف على إمكانية ظهور قيم جديدة قد تعارض القيم التقليدية، وذلك من خلال الكشف عن التأثيرات السلبية والإيجابية للدش على القيم الاجتماعية فى محيط الأسرة المصرية.

تساؤلات الدراسة:

1- ما هو تأثير الدش على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية؟

2- ما هى الشرائح الاجتماعية الأكثر مشاهدة للدش؟

---

(1) أمل محمد توفيق عليوة: البث التليفزيونى المباشر واثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا)، 2001.

3- ما هي البرامج والقنوات الأكثر جذبا للمشاهدين؟

4- ما هو عنصر الجذب في تلك البرامج والقنوات؟

5- ما هي نوعية القيم الوافدة، ومدى توافقها مع طبيعة المجتمع وخصائصه؟

6- ما هي الجوانب الإيجابية أو السلبية ومدى وعي المواطنين بها؟

البناء المنهجي للدراسة:-

أ- المنهج: اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، واتخذت عينة عشوائية منتظمة قوامها 100 مفردة من أرباب الأسر.

ب- الأدوات: استخدمت الدراسة استمارة المقابلة في جمع البيانات الميدانية[1].

نتائج الدراسة:

1- كشفت نتائج الدراسة أن هناك تأثير للبث التليفزيوني المباشر على القيم الاجتماعية ومن ابرز مظاهر هذا التأثير ما يلي:

أ- بالنسبة لقيم زواج الأقارب:

فلقد تراجعت وأصبح المستوى التعليمي والاقتصادي المرتفع وتقارب السن والإحساس بالحب من أهم مؤشرات الاختيار الزواجي، وبالرغم من ذلك فانه يمكن التضحية بهم لارضاء الوالدين، مما يشير إلى أن قيم الاختيار الزواجي المستقل ضعيفة، وأن الأسرة مازالت تتدخل في اختيار الزوجة، وفي الوقت نفسه احتلت

---

(1) أمل محمد توفيق عليوة: البث التليفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص ص 141-146.

قيمة التدين كمؤشر للاختيار المركز الأول، مما يوحى بان الدين مازال الإطار المرجعى الموجه لسلوك الأفراد.

ب- بالنسبة للعلاقة بين الزوجين:

فلقد أتاحت مشاهدة البث المباشر مزيدا من المعرفة والثقافة، مما اثر على طبيعة العلاقة بين الزوجين، وادى إلى بلورة رؤى جديدة بينهم، كما اثر على العلاقة بين الأبناء والآباء من حيث اتساع الفجوة المعرفية، إلا انه لم يؤثر على قيم الاحترام والانتماء الأسرى.

ج- أوضحت نتائج الدراسة أن للبث المباشر تأثير على توزيع الأدوار بين الرجل والمرأة داخل الأسرة، كما انه ذو تأثير على رؤية أفراد العينة لبعض القضايا الأسرية، ومنها خروج المرأة للعمل.

2- كشفت نتائج الدراسة أن الغالبية العظمى من أفراد العينة من الذكور فى الفئة العمرية (36-45) ومعظمهم من الحضر، كما انهم من ذوى التعليم العالى، وانهم ذو مستوى اقتصادى مرتفع لتعدد مصادر الدخل.

3- كشفت نتائج الدراسة أن القنوات الإخبارية والثقافية احتلت المركز الأول فى القنوات الفضائية المفضلة للمشاهدة، وان أفراد العينة يمتلكون دشا يتيح مشاهدة من 90- 120 قناة.

4- كشفت نتائج الدراسة أن من أهم عوامل الجذب الإذاعة المباشرة للبرامج، التخصص فى القنوات.

5-كشفت نتائج الدراسة أن من أهم القيم التقليدية التى ما زالت قائمة لدى أفراد العينة (احترام الوالدين – الانتماء الأسرى)، أما القيم المستحدثة فهى (الزواج العرفى – انتشار زواج الأقارب).

6 كشفت نتائج الدراسة أن من أهم إيجابيات مشاهدة الدش ما يلي:

أ- وحدة العالم وجعله قرية صغيرة واحدة.

ب- التخصص في البرامج.

ج- تحدى برامج القنوات المحلية وهو في صالح المشاهد.

أما عن السلبيات فقد أكدت الدراسة أن مشاهدة الدش تؤدى إلى تشبه الرجال بالنساء، تفجر الغرائز، تقليد الأزياء العالمية، وأسلوب الحياة في المجتمعات الغربية[1].

رؤية نقدية:-

تناولت الدراسة السالفة تأثير الدش بوجه عام على القيم الاجتماعية دون ما توضيح نوع القنوات التي يؤثر على قيم الأفراد، مما يؤكد على جدوى الدراسة الحالية، كما إنها ركزت على القيم الاجتماعية فقط دون الاهتمام بالقيم السياسية، التي تسعى الدراسة الحالية إلى توضيح اثر القنوات الفضائية العربية والأجنبية عليها.

---

(1) أمل محمد توفيق عليوة: البث التليفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص ص 195-206.

ثانيا: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على المشاركة والتنشئة السياسية.

الدراسة الأولى
تأثير وسائل الإعلام الأخبارية
على معرفة المواطن بسياسات الدولة والحكومة[1]

مشكلة الدراسة وأهدافها:-

تركز الدراسة على العلاقة بين مدى توافر الوسائل الإعلامية الإخبارية (الصحافة - التليفزيون) فى البيئة الإقليمية، ومعرفة المواطن بسياسات الدولة والحكومة، وأثر ذلك على وعى ومعرفة المواطن بالحكومة وأعضاؤها وسياستها. ومن ثم تسعى الدراسة إلى الكشف عن تأثير بيئة الإعلام الأخبارى على معرفة المواطنين بسياسات الدولة وحكومتها.

ومن اجل تحقيق ذلك، اتخذت الدراسة من ولاية فرجينيا مجالا جغرافيا لدراستها، وتم تقسيمها إلى ثلاث مناطق (ريتشموند عاصمة ولاية فيرجينيا – منطقة شمال فيرجينيا –مناطق أخرى تقع أسفل فيرجينيا بالقرب من ولاية كارولينا)، وتم التركيز على منطقتين هما "ريتشموند، وشمال فيرجينيا"، ففى الأولى تتوافر ثلاث محطات تليفزيونية بجانب بعض الصحف مثل "تيز باتشى" أما الثانية فلا يتوافر بها محطات تليفزيونية، وتوجد بها بعض الصحف منها "فيرفاكس" وهى تتناول القضايا السياسية بشكل اقل من "تيزى باتشى"[2].

---

(1) Delli Carpini, Michael x& et: "Effects of the News Media Environment on Citizen knowledge of State Politics and Government"., (journalism quarterly, vol.71, n.2, summer 1994), pp. 443-456.

(2) Ibid, P. 343.

فروض الدراسة:- تحاول الدراسة اختبار مدى صحة الفروض الآتية:-

1- إن سكان ريتشموند أكثر إلماما ومعرفة بسياسات الدولة وحكومتها من أولئك الذين يعيشون في مناطق أخرى من الدولة.

2- إن سكان منطقة شمال فيرجينيا أقل معرفة بسياسات الدولة وحكومتها ممن يعيشون في مناطق أخرى من الدولة.

البناء المنهجي:

اعتمد الباحثون على منهجين هما:

أ- المنهج: المسح الاجتماعي، منهج تحليل المضمون.

ب- الأدوات: تم تصميم استمارة مقابلة.

نتائج الدراسة:

1- كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين البيئة الإعلامية الأخبارية ومعرفة المواطنين بسياسات الدولة والحكومة، وانه كلما زادت فترة الإقامة كلما زادت درجة المعرفة وكذلك بالنسبة للتعليم. وهذا ما اتضح في منطقة "ريتشموند" مما يؤكد صحة الفرض الأول.

2- كشفت الدراسة عن أن عدم توافر البيئة الإعلامية الأخبارية يؤدى إلى ضعف الإلمام بسياسة الدولة وحكوماتها، وهذا ما ظهر في منطقة شمال" فيرجينيا " حيث كان المواطنين أكثر معرفة بالسياسات العامة للدولة من إلمامهم بسياسات الولاية نفسها، وهذا يؤكد صحة الفرض الثاني[1].

(1) Delli Carpini, Michael x& et: "Effects of the News Media Environment on Citizen knowledge of State Politics and Government", pp. 443-453.

رؤية نقدية:-

تناولت الدراسة السابقة تأثير التعرض للأخبار على المعرفة السياسية، وهى من مؤشرات الانتماء الذى تحاول الدراسة الحالية معرفة مدى تأثره بالقنوات الفضائية، ولقد كشفت الدراسة عن الدور الهام الذى تلعبه وسائل الإعلام فى المعرفة السياسية، مما يؤكد على جدوى الدراسة الحالية التى تتناول جوانب أخرى كمؤشرات لدراسة الانتماء السياسى فضلا عن كونها تتناول قيم أخرى كالقيم القرابية.

الدراسة الثانية

" تأثيرات الإعلام على الثقة السياسية والاجتماعية"[1]

<u>مشكلة الدراسة:-</u>

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في الكشف عن العلاقة بين وسائل الاتصال والسياسة في المجتمعات الديمقراطية، وذلك من خلال التعرف على تأثير وسائل الإعلام على الثقة السياسية والاجتماعية لدى المواطنين.

<u>تساؤلات الدراسة وفروضها:</u>

انطوت الدراسة على تساؤل واحد فقط، وأربعة فروض، وضعا في مجموعتين إحداهما ترتبط بالثقة السياسية، والأخرى ترتبط بالثقة الاجتماعية، ويمكن عرض ذلك على النحو التالي:-

<u>المجموعة الأولى: الثقة السياسية:</u>

1- هناك علاقة إيجابية بين قراءة الصحف والثقة السياسية.

2- هناك علاقة سلبية بين مشاهدة البرامج الترفيهية والإخبارية التليفزيونية وسماع البرامج الحوارية السياسية الإذاعية والثقة السياسية.

<u>المجموعة الثانية: الثقة الاجتماعية:</u>

1- هناك علاقة إيجابية بين قراءة الصحف ومشاهدة البرامج الترفيهية التليفزيونية والثقة الاجتماعية.

---

(1) Moy, Patricia &Scheufele.A.Dietram. "Media Effects on Political and Social Trust", **Journalism MassCommunication Quarterly**, Vol.77, NO.4, Winter 2000.

2- هناك علاقة سلبية بين مشاهدة البرامج الإخبارية التليفزيونية والثقة الاجتماعية.

التساؤل: ما هو تأثير البرامج الحوارية السياسية الإذاعية على الثقة الاجتماعية؟

البناء المنهجي:-

استخدم الباحثان منهج المسح الاجتماعي لدراسة جميع الناخبين، وفقا للمفهوم القانوني لحق الانتخاب في المجتمع الأمريكي، وتمت الدراسة على مرحلتين قبل الانتخابات وبعد الانتخابات الأمريكية(1).

نتائج الدراسة:-

1- كشفت الدراسة عن وجود علاقة ضعيفة بين تأثير وسائل الإعلام والثقة السياسية، وارجع الباحثان ذلك إلى طبيعة الأسس التي اعتمدا عليها في تحديد مدى استخدام وسائل الإعلام، مما يؤكد خطأ الفرض الأول والثاني.

2- كشفت الدراسة عن وجود علاقة بين قراءة الصحف، ومشاهدة البرامج الترفيهية والثقة الاجتماعية مما يؤكد صحة الفرض الرابع.

3- كشفت الدراسة عن وجود علاقة بين مشاهدة البرامج الأخبارية وقلة الثقة الاجتماعية، كما أكدت على وجود تأثير للحوارات الإذاعية على الثقة الاجتماعية. من ناحية أخرى أكدت الدراسة عن وجود علاقة بين الثقة الاجتماعية والثقة السياسية فكلا منهما يؤثر في الآخر، فعندما تقل الثقة

---

(1) Moy, Patricia &Scheufele.A.Dietram: "Media Effects on Political and Social Trust" PP. 744-748.

الاجتماعية تقل معها الثقة السياسية[1].

رؤية نقدية:-

أوضحت الدراسة بشدة مدى التباين في تأثير وسائل الإعلام على الجماهير فيما بين الثقافات والمجتمعات، حيث من المتوقع أن تكون وسائل الإعلام الحكومية ذات دور في زيادة الثقة في الحكومة وقراراتها، ولكن أوضحت الدراسة وجود علاقة ضعيفة وهذا قريب من ما تحاول الدراسة الحالية توضيحه، حيث تأخذ الثقة كمؤشر للانتماء السياسي، فالثقة عاملاً مهما في تدعيم الولاء والانتماء السياسيين، مما يكشف عن تأثير الإعلام على الانتماء، وتختلف الدراسة الحالية عن السابقة في تناول تأثير القنوات الفضائية على قيم الاغتراب السياسي والقيم القرابية مما يؤكد جدوى الدراسة الحالية.

---

(1) Ibid: pp. 750-752.

الدراسة الثالثة

" المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب"[1]

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تتناول الدراسة قضية الانتماء لدى الشباب، من خلال التعرف على المؤسسات التي تدعم هذه القيم، وتلك التي تقلل من وجودها، ومن ثم تحاول تحقيق الأهداف التالي:

1- تحديد درجة الانتماء لدى الشباب.

2- إلقاء الضوء على دور الأسرة ووسائل الإعلام في تأثيرها على انتماء الشباب.

3- إلقاء الضوء على العلاقة بين إشباع الحاجات ونوعيتها، ومدى الرضا ودرجة الانتماء.

4- إلقاء الضوء على العلاقة بين الاعتقاد في شرعية النظام والانتماء لدى الشباب.

تساؤلات الدراسة:-

تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤل المحوري التالي:

- ما هي المحددات المجتمعية التي تؤثر على انتماء الشباب؟ ويتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية على النحو التالي:

---

(1) هاني فوقي العربي: المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب العربي: دراسة ميدانية بمحافظة المنيا، (رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا)، 2004.

1- ما هي درجة الانتماء لدى الشباب؟

2- ما هو دور الأسرة ووسائل الإعلام في التأثير على انتماء الشباب؟

3- ما هي العلاقة بين إشباع الحاجات، والرضا، ونوعية للحياة والانتماء لدى الشباب؟

4- ما العلاقة بين الاعتقاد في شرعية النظام والانتماء لدى الشباب [1]؟

البناء المنهجي للدراسة:

أ- المنهج: المسح الاجتماعي بالعينة.

ب- الأداة: استبيان بالمقابلة.

نتائج الدراسة:-

كشفت نتائج الدراسة عن دور وسائل الإعلام في التأثير على انتماء الشباب، فلقد ساهمت الصحف في تثقيف الشباب سياسيا، وإلمامه بقضايا المجتمع، في حين أدى البث المباشر إلى القضاء على الانتماء لدى الشباب عن طريق ما تقدمه من أنماط للشخصية المستهترة، المتمردة، والمنحرفة، مما جعل الشباب يفقد الثقة بالذات، ويشعر بالاغتراب، كما تقدم الثقافة الغربية بصورة أكبر من الثقافة العربية[2].

---

(1) هاني فوكي الحربي: المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب العربي، مرجع سابق، ص ص 235- 236.

(2) نفس المرجع السابق، ص ص 308- 324.

رؤية نقدية:

حاولت الدراسة السابقة التعرف على دور مؤسسات التنشئة في تدعيم أو تقليل قيمة الانتماء لدى الشباب، وهنا محور التلاقي مع الدراسة الحالية، في حين أغفلت تحديد نوع القنوات الفضائية التى تمارس التأثير سواء كان سلبيا أو إيجابيا، كما إنها لم تربط التأثير بطبيعة المشاهدة من حيث القلة أو الكثافة، وهذا ما تحاول الدراسة الحالية الاهتمام به، بجانب تناول تأثير مشاهدة القنوات الفضائية بنوعيها العربية أو الأجنبية على القيم السياسية والقرابية.

الدراسة الرابعة

من يهتم بالسياسات المحلية؟

تأثير وسائل الإعلام على المشاركة فى السياسة المحلية والوعى بقضاياها وثبات توجهات الجماهير(1)

مشكلة الدراسة وأهدافها:-

تهتم الدراسة بتناول العوامل المختلفة المؤثرة فى المشاركة السياسية، والوعى بالقضايا المحلية من خلال الوقوف على أى من العوامل الآتية أكثر تأثيرا:-

1- العوامل الديموجرافية (السن-التعليم-المستوى الاجتماعى -الاقتصادي).

2- الأيديولوجيا السياسية (النزعات الأيديولوجية للأفراد).

3- الروابط المجتمعية والشبكات النقاشية.

4- استخدام وسائل الإعلام.

ومن ثم تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيسى التالي:

الكشف عن المصادر المتنوعة المؤثرة فى درجة مشاركة الأفراد السياسية، ووعيهم بالقضايا السياسية، ومدى ثبات اتجاهاتهم أو موقفهم حيال عدد من القضايا السياسة المحلية.

تساؤلات الدراسة:

1-أى العوامل تلعب دورا أكبر فى تدعيم المشاركة السياسية؟ وينبثق من هذا

---

(1) Scheufele A.Dietra, etal: " Who Cares about Local Politics ?Media Influences on Local Political Involvement, Issue Awareness, and Attitude Strength ", Journalism Mass C ommunication Quarterly, Vo.79, No.2, Summer, 2002.

سؤال آخر هو: هل المشاركة السياسية نتيجة للوضع الاقتصادى الاجتماعى والأيديولوجية السياسية أم هى نتيجة للروابط المجتمعية واستخدام وسائل الإعلام؟

2-ما هو تأثير العوامل البنائية الاجتماعية (الروابط المجتمعية – مدة الإقامة) واستخدام وسائل الإعلام فى الوعى بالقضايا السياسية وبلورة الرأى العام؟

3-إلى أى حد يمكن التنبؤ بأن نشر الوعى والآراء بين الجماهير يتم من خلال العوامل البنائية واستخدام وسائل الإعلام[1]؟

البناء المنهجى للدراسة:

أ- المنهج: استخدم الباحثون منهج المَسح التليفوني.

ب- الأدوات: صاغ الباحثون مجموعة من المقاييس لقياس الوضع الاجتماعى والاقتصادى والتعليمى للأفراد وتحديد انتماءاتهم الأيديولوجية.

نتائج الدراسة:

1- كشفت الدراسة عن أهمية ودور العوامل الديموجرافية، وخاصة الوضع الاقتصادى فى تدعيم المشاركة السياسية، كما أوضحت دور الروابط المجتمعية والجماعات النقاشية واستخدام وسائل الإعلام فى تدعيم المشاركة السياسية وخاصة قراءة الصحف، فى حين أظهرت الدراسة تدنى دور التليفزيون والأيديولوجيا السياسية.

2- كشفت الدراسة عن دور المتغيرات الديموجرافية وخاصة السن والتعليم فى نشر الوعى بالقضايا السياسية، وكذلك دور الروابط المجتمعية واستخدام

(1) Ibid: pp. 428-429.

الصحف فى زيادة الوعى الجماهيرى بالقضايا السياسية المحلية.

3- كشفت الدراسة عن دور الأيديولوجيا السياسية وقراءة الصحف فى تدعيم وثبات الاتجاهات عكس الروابط المجتمعية والعوامل الديموجرافية([1]).

رؤية نقدية:-

الدراسة السابقة دراسة دقيقة وقريبة من الدراسة الحالية، خاصة فى تناولهـا لتأثير وسائل الإعلام على المشاركة السياسية، التى هى متغير تابع فـى الدراسـة السابقة، فى حين تعتمد الدراسة الحالية عليها كمؤشر على انتماء الأفراد للـوطن، كما تتناول تأثير العوامل الديموجرافية وهو ما يتشابه مع ما تذهب إليـه الدراسـة الحالية، ولكن من رؤية نظرية مختلفة وتتناول تأثير عامل واحد فقط وهو وسـائل الإعلام وخاصة القنوات الفضائية.

---

(1) Ibid.pp 432-439.

ثالثا : دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الثقافة :-

الدراسة الأولى

الفضائيات، الثقافة الوافدة وسلطة الصورة

دراسة حالة مدينة الزاوية الغربية في ليبيا [1]

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تهتم الدراسة بالتعرف على تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على سلوك الشباب في مدينة الزاوية الغربية بالمجتمع الليبي، وتهدف الدراسة إلى:

1- التعرف على نوعية الأفلام التي يقبل على مشاهدتها الشباب الجامعي.

2- التعرف على حجم الوقت الذي يقضيه الشباب في مشاهدة القنوات الفضائية.

3- التعرف على دور الأسرة والجماعات الاجتماعية الأخرى في عملية التوجيه.

فروض الدراسة:

1- إن التعرض للقنوات الفضائية باستمرار يؤدي إلى نتائج سلبية في حياة الشباب الاجتماعية

2- يشاهد الشباب نوعية رديئة من الأفلام والبرامج المقدمة عبر الفضائيات.

3- تؤثر أفلام العنف، والجريمة، والجنس عادة في سلوك الشباب ومظهرهم الخارجي.

---

(1) ياس خضير البياتي: الفضائيات: " الثقافة الوافدة وسلطة الصورة: دراسة حالة لمدينة الزاوية الغربية في ليبيا"، المستقبل العربي، ع 267، مركز دراسات الوحدة العربية ن القاهرة، مايو 2001.

4- المدة التي يقضيها الشباب في المشاهدة طويلة.

البناء المنهجي للدراسة:

أ- المنهج: المنهج الاستطلاعي.

ب- الأدوات: المقابلة الشخصية، والاستبيان.

نتائج الدراسة:

1- أوضحت نتائج الدراسة أن الفضائيات أثرت في المظهر الخارجي للشباب، من حيث الاهتمام الزائد بالمظهر الخارجي القائم على التقليد والمحاكاة، وزيادة النزعة الاستهلاكية، انخفاض مستوى الدراسة، ضعف الروابط الاجتماعية الأسرية، زيادة الشعور بالاغتراب والإحباط.

2- تبين من نتائج الدراسة أن الشباب يفضل مشاهدة أفلام العنف والجريمة بعدها الأفلام الاجتماعية، ثم أفلام الخيال العلمي والرعب النفسي، كما احتلت البرامج الثقافية والموسيقية والغنائية المرتبة الأولى.

3- كشفت نتائج الدراسة عن وجود دور للأسرة في اختيار البرامج، إلا أن دورها في الرقابة ضعيف، ويشاهد الشباب الفضائيات لمدة طويلة يوميًا فلقد بلغت نسبة المشاهدة بين الشباب ثلاث ساعات يوميًا حوالي 45%، أما من يشاهدون بنسبة أربعة ساعات فبلغت نسبتهم 39.5%، في حين بلغت نسبة من يشاهدون لمدة ساعة واحدة فقط يوميًا 15.5%[1].

---

(1) باس خضير البياتي: الفضائيات: الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص ص 119- 126.

رؤية نقدية:

اهتمت الدراسة بتناول جوانب هامة توضح مدى جدوى الدراسة الحالية، فقد كشفت الدراسة عن أثر مشاهدة القنوات الفضائية في ضعف الروابط الاجتماعية وزيادة الشعور بالاغتراب وكلها مؤشرات تدل على أهمية وجدوى دراسة تأثير الفضائيات على قيم الانتماء والقيم القرابية، ولقد ركزت هذه الدراسة على الجوانب السلبية، وأغفلت إيجابيات المشاهدة وهي كثيرة ومتنوعة.

الدراسة الثانية

"تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصري"[1]

مشكلة الدراسة وأهدافها:-

تتحدد مشكلة الدراسة في الكشف عن طبيعة العلاقة بين القنوات الفضائية والثقافة المصرية، ويمكن التعرف على أبعاد المشكلة من خلال التعرف على الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها على النحو التالي:-

1- التعرف عي مدى تأثير مضمون القنوات الفضائية على الثقافة المصرية، وذلك من خلال معرفة الأساليب التي تتبعها الفضائيات للتأثير، بالإضافة إلى الوسائل المباشرة، وغير المباشرة المستخدمة في هذا التأثير.

2- التعرف على اثر المتغيرات الديموجرافية كمتغيرات وسيطة قد تزيد أو تنقص من تأثير الفضائيات كالسن، النوع، التعليم، الدخل، الدين، المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

3- معرفة أي من جوانب الثقافة اكثر تأثرا بالفضائيات.

4- التعرف على محددات اختيار البرامج لدى المشاهد، وتفعيل قناة عن أخرى كالتعليم، السن، النوع، المستوى الاقتصادي.

5- معرفة معدلات وحجم المشاهدة للفضائيات، كعادات المشاهدة، وعدد ساعات المشاهدة، وأي من القنوات التي يفضل مشاهدتها، ونمط المشاهدة، ونوعية البرامج المفضلة، إيجابيات وسلبيات البرامج.

---

(1) عبير مختار شاكر: تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصري، (رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس)، 2002.

6- الوقوف على مشكلة الثقافة في ظل العولمة، وآلياتها التى أصبحت تكتسح المجتمعات.

7- معرفة آراء المشاهدين حول الآليات التى تستخدمها الدولة لمواجهة الغزو الثقافى من اجل الحفاظ على ثقافة المجتمع[1].

تساؤلات الدراسة:-

1- ما هي الآليات التي تؤثر بها الفضائيات على الثقافة المصرية؟

2- ما هى جوانب الثقافة التى تتأثر بالفضائيات؟

3- ما هي محددات البرامج لدى المشاهد؟

4- ما هي سياسة الدولة لمواجهة الغزو الثقافي؟

البناء المنهجي للدراسة:-

أ- المنهج: اعتمدت الدراسة على المسح الاجتماعى بالعينة.

ب- الأدوات: استخدمت الدراسة المقابلة المتعمقة، الملاحظة البسيطة، التحليل الإحصائي.

نتائج الدراسة:-

1- كشفت نتائج الدراسة عن أن الفضائيات تستخدم نوعين من الوسائل: المباشرة كالإعلان، وغير المباشرة كالأفلام والمسلسلات، وكلها تحتوى على مضامين تسعى نحو تغيير الاتجاهات والأفكار والمعتقدات والقيم كما أوضحت انه من ابرز وسائل الجذب (الجنس، الإسفاف اللفظى، التنوع فى

---

(1)[1] نفس المرجع السابق، ص ص4-6.

المواد المعروضة).

2- كشفت نتائج الدراسة عن أن القيم اكثر جوانب الثقافة تأثرا بالفضائيات، حيث أدت المشاهدة إلى ظهور قيم جديدة مثل الاستهلاك الترفي، واقتناء السلع الأجنبية، والعزوف عن العمل المنتج، وتحول القيمة الاجتماعية للتعليم إلى قيمة مادية، ظهور قيمة العنف السياسي والتسطيح السياسي.

3- كشفت نتائج الدراسة عن أن المتغيرات الديموجرافية أثرت على اختيار المضامين الإعلامية.

4- كشفت نتائج الدراسة عن أن الأسرة لا تتدخل في ضبط نوع المشاهدة، فالمشاهد يتمتع بحرية في اختيار المضمون الذى يناسبه[1].

رؤية نقدية:

اتخذت الدراسة السابقة الفضائيات كمتغير مستقل مما جعلها تشترك مع الدراسة الحالية، كما إنها اهتمت بالقيم كعنصر من عناصر الثقافة كمتغير تابع، إلا إنها اهتمت ببعض القيم التي تختلف عن القيم التي تركز عليها الدراسة الحالية، كما أغفلت الدراسة السابقة اثر كثافة المشاهدة في عملية تغير القيم واهتمت فقط بالمتغيرات الديموجرافية.

---

(1) عبير مختار شاكر: تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصري، مرجع سابق، ص ص 464- 486.

الدراسة الثالثة

القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية

دراسة ميدانية على جمهور القنوات الفضائية الدولية في مصر[1]

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تهدف الدراسة إلى التعرف على إلى أي مدى تهدد القنوات الفضائية الدولية الهوية الثقافية والذات الوطنية في مصر.

فروض الدراسة:

1- هناك علاقة ارتباطية بين التعرض للقنوات الأجنبية من ناحية، وبين معرفة اللغة الأجنبية للمبحوثين من ناحية أخرى.

2- في إطار الغزو الثقافي يتوقع أن تحظى البرامج الترفيهية بنسب مشاهدة أكبر من التعرض للأخبار والبرامج الثقافية.

3- يعد التعرض للقنوات الفضائية في مصر أحد العوامل التي تهدد الأمن الثقافي، والهوية الثقافية في المجتمع.

4- تحظى المعلومات الواردة عبر القنوات الفضائية بمصداقية أكبر من البرامج المحلية.

البناء المنهجي للدراسة:

(أ) المنهج: اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي.

---

(1) سمة احمد البطريق:" القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية: دراسة ميدانية على جمهور القنوات الفضائية في مصر"، بحث منشور في " **التليفزيون والمجتمع والهوية الثقافية**"، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1999.

(ب) الأدوات: اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

نتائج الدراسة:

1- كشفت نتائج الدراسة عن صحة الفرض الأول مؤكدة على وجود علاقة بين معرفة اللغة الأجنبية والتعرض للقنوات الفضائية، فضلاً عن أن هناك بعض من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية بدون الإلمام بلغة القناة معتمدين على اللغة الدرامية.

2- أوضحت نتائج الدراسة أن المضمون الترفيهي يحظى بتفضيل أكبر من المضمون السياسي والثقافي[(1)].

3- بينت نتائج الدراسة أن مشاهدة القنوات الفضائية أدت إلى تقليل مشاهدة التليفزيون المصرى والراديو، في حين لم تقلل من قراءة الصحف، ومن ناحية أخرى تؤكد الدراسة أن مشاهدة الدش تعمل على تخلي المشاهدين المصريين تدريجيًا عن البرامج المحلية، مما قد يؤدى إلى إبعادهم عن واقعهم الثقافي فتزداد احتمالات تهديد الأمن الثقافي والفكرى ويساعد على ذلك القضايا التى تواجه الشباب وتصيبه بالإحباط.

4- أوضحت الدراسة أثر القنوات الفضائية في تخلي المشاهدين تدريجيًا عن قيمهم لصالح القيم الأجنبية، كما أكدت الدراسة على دور العامل الاقتصادى في اقتناء الهوائيات[(2)].

---

(1) نفس المرجع السابق، ص ص 117-118.

(2) نسمة البطريق: القنوات الفضائية الدوليةوالهوية الثقافية العربية، مرجع سابق، ص ص 308- 324.

رؤيـــة نقديـــة:

تؤكد الدراسة السابقة على خطورة القنوات الفضائية على الهويـــة الثقافيـــة، كوسيلة من وسائل للغزو الثقافي، فمن الواضح أنها قد تقضى على بعض من قـــيم المجتمع المصري، فلقد أثرت المشاهدة على تفضيلات المشاهدين ودفعـــتهم نحـــو الاهتمام بالبرامج الترفيهية على حساب البرامج الواقعية والسياسية.

ورأت هذه الدراسة أن العامل المادى هو الأساس فى اقتناء الهـــوائي، وهـــذا أمرًا غير صحيح فالهوائي الآن متاح للجميع -أصحاب الدخول الماديـــة الكبيـــرة والصغيرة على حد سواء- ومن ناحية أخرى فتأكيد الدراسة على تـــأثير القنـــوات الفضائية على تفضيلات المشاهدين من الممكن أن يؤثر أيضًا على قيمهم الـــسياسة والقرابية، أى روابطهم مع غيرهم من أبناء المجتمع وعلاقاتهم بأسرهم وأقـــاربهم، مما يوضح جدوى الكشف عن ذلك وهذا ما سوف تؤكد الدراسة الحالية.

رابعا: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مدى الرضا عن التليفزيون:

الدراسة الأولى

"تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية"(1)

مشكلة الدراسة:

يهدف البحث إلى التعرف على:

1- ما مدى تأثير استخدام القنوات التليفزيونية الفضائية على استخدامات الجمهور للقنوات المركزية والإقليمية؟

2- المقارنة الواقعية بين الاستخدامات والإشباعات التى تحققها كل نوعية من هذه القنوات لدى الجمهور.

تساؤلات الدراسة:

1- ما هى درجة المشاهدة والاستخدام لجمهور القنوات المركزية والإقليمية فى مقابل درجة المشاهدة والاستخدام للقنوات الفضائية؟

2- ما هى دوافع استخدام القنوات المركزية والإقليمية مقابل القنوات الفضائية؟

3- ما هى درجة تأثير مشاهدة الجمهور للقنوات المركزية والإقليمية نتيجة مشاهدة القنوات الفضائية؟

---

(1) نبيل محمد طلب: تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، ع 22، 1998.

4- ما هى اتجاهات الجمهور نحو القنوات المركزية والإقليمية مقارنة باتجاهاته نحو القنوات الفضائية؟

5- ما هى الإشباعات المحققة من خلال القنوات المركزية والإقليمية مقارنة بالإشباعات المحققة من خلال القنوات الفضائية؟

6- ما هو تأثير المتغيرات الديموجرافية كعوامل وسيطية على استخدامات الجمهور لكل من قنوات التليفزيون المركزية والإقليمية مقابل القنوات الفضائية[1]؟

البناء المنهجي للدراسة:

أ- المنهج: اتبع الباحث منهج المسح باستخدام العينة.

ب- الأدوات: الاستقصاء.

نتائج الدراسة:

1- أكدت الدراسة على تفوق مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية بنسبة 88.8%، عن مشاهدته للقنوات المحلية بنسبة 83.1% (الإقليمية والمركزية).

2- أوضحت الدراسة أن عدم وجود وقت كافٍ من عوامل البعد عن مشاهدة القنوات الفضائية لدى البعض، بجانب عدم الرضا عن مضمونها، ومن ناحية أخرى يرى البعض أن تواضع مستوى القنوات المحلية، وعدم وجود وقت كافٍ من عوامل عدم مشاهدتها.

---

(1)[1] نفس المرجع السابق، ص ص 383- 385.

3- أكدت الدراسة أن 73.9% من أفراد العينة أكدوا أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية تغنيهم عن مشاهدة القنوات المصرية المركزية والإقليمية، في حين يؤكد حوالى 21.1% من أفراد العينة أن مشاهدتهم لمثل هذه القنوات لم تغنيهم عن مشاهدتهم للقنوات المحلية المصرية، مما يؤكد على تباين الاتجاهات وشدتها.

4- أكدت الدراسة أن القنوات الفضائية تنمي حصيلة المشاهدين بالمعرفة عن الأحداث العالمية، في حين تثري القنوات المحلية معرفة الأفراد المشاهدين بالمعلومات حول الأحداث المحلية.

5- أوضحت الدراسة أن المشاهدين الحضريين كانوا أكثر تحولاً في مشاهدتهم فيما بين الفضائيات والمحليات من المشاهدين الريفيين، في حين أكدت الدراسة علي ضعف العلاقة بين درجة التأثر والفئة العمرية.

6- كشفت الدراسة عن العديد من السلبيات التي تحيط بالفضائيات، كالخروج عن العادات والتقاليد، الاهتمام بالعنف والإثارة، تحيزها ضد الدول العربية وخاصة مصر، رتابة بعض برامجها، عدم الاهتمام بالبرامج الدينية، كثرة الإعلانات، عرض نماذج حياتية تفوق إمكانيات المشاهدين المصريين قد يشعرهم بالإحباط.

7- أوضحت الدراسة أن القنوات الفضائية الأجنبية تتمتع بنسبة مشاهدة أكبر من ناحية البرامج الإخبارية عن القنوات المحلية، وكذلك من حيث الدراما المقدمة سواء مسلسلات أو أفلام[1].

---

(1) نبيل محمد طلب: تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة الجمهور بالقنوات المركزية والاقليمية المصرية، مرجع سابق، ص ص 399- 402.

رؤية نقدية:

كشفت الدراسة السابقة النقاب عن التأثيرات السلبية والإيجابية للقنوات الفضائية من خلال التعرف على اتجاهاتهم نحو برامجها سواء كانت سلبيات أو إيجابيات ولكنها لم تهتم بتأثير المشاهدة على القيم.

اتجهت الدراسة السابقة نحو التعرف على مدى التغير في كثافة المشاهدة بشكل مقارن فيما بين القنوات الفضائية والإقليمية والمحلية في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية كالسن والإقامة وأهملت التعليم والنوع ومدى إجادة اللغة، وهو ما تركز علية الدراسة الحالية بجانب توضيح التأثيرات الإيجابية والسلبية على القيم السياسية والقرابية للمشاهدين في المجتمع الحضري.

الدراسة الثانية

"استخدام الشباب المصرى للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها"[1]

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تتناول الدراسة استخدامات الشباب المصرى والاشباعات المحققة له من جراء مشاهدته أو استخدامه للقنوات الفضائية، وبالتالي يهدف البحث إلى:

1. الكشف عن كيفية استخدام الشباب للقنوات الفضائية؟ وما هي دوافعهم من وراء تلك المشاهدة وهل هي دوافع نفعية تحقق وتشبع حاجته من المعلومات والمعرفة؟ أم هي دوافع طقوسية تستهدف قضاء الوقت والتنفيس والاسترخاء والهروب من المشكلات اليومية؟
2. التعرف علي الإشباعات المتحققة لديهم من جراء هذا الاستخدام؟

فروض الدراسة:

1. هناك علاقة ارتباط إيجابية بين التعرض لمشاهدة القنوات الفضائية وبين واقع دوافع الشباب وإشباعاته.
2. هناك علاقة ارتباط عكسية بين التوافق النفسى الاجتماعى للشباب، ودوافع تعرضهم وإشباعاتهم.
3. كلما زادت البدائل الوظيفية لقضاء وقت الفراغ لدى الشباب، زادت دوافع التعرض للقنوات الفضائية وإشباعاته[2].

---

(1) جيهان يسري: "استخدامات الشباب المصرى للقنوات الفضائية والاشباعات المتحققة منها "، مجلة بحوث الاعلام، جامعة الأزهر، ع 8، 2000.

(2) نفس المرجع السابق، ص 181.

4. تختلف دوافع تعرض الشباب للقنوات الفضائية باختلاف السن والنوع.

5. كلما اختلفت كيفية التعرض كلما اختلفت دوافع هذا الجمهور وإشباعاته.

البناء المنهجي للدراسة:

(أ) المنهج: استخدمت الباحثة المسح الاجتماعي بالعينة بجانب منهج دراسة العلاقات المتبادلة كأحد الطرق المستخدمة في دراسة العلاقات الارتباطية.

(ب) الأدوات: صحيفة الاستقصاء.

نتائج الدراسة:

أكدت الدراسة على ما يأتي:

1- توجد علاقة بين دوافع المشاهدة والإشباعات المحققة، فكلما زاد الدافع للاسترخاء كلما زادت الرغبة في المشاهدة وإشباع الحاجة إلى الاسترخاء والتعلم من جراء هذا الاستخدام مما يؤكد على صحة الفرض الأول.

2- توجد علاقة بين التوافق النفسي والاجتماعي للشباب ودوافع تعرضهم فكلما زاد التوافق قلت دوافع المشاهدة مما يؤكد صحة الفرض الثاني.

3- أكدت الدراسة على أنه كلما زادت البدائل الوظيفية لقضاء وقت الفراغ كلما زاد دافع التعرض للقنوات الفضائية بهدف الاسترخاء وزاد الإشباع المتحقق منه مما يؤكد صحة الفرض الثالث.

4- لا تختلف دوافع تعرض الشباب المصرى للقنوات الفضائية باختلاف السن والنوع مما ينفي صحة الفرض الرابع.

5- أكدت الدراسة على وجود علاقة بين كيفية التعرض ودوافع الاسترخاء والإشباع المتحقق منه ودوافع الصحبة وإشباع القيم والتسلية، إلا أنه

يرفض فيما يتعلق بالعلاقة بين كيفية التعـرض ودافـع الحـصول علـى المعلومة وقضاء الوقت والإشباعات المتحققة منه[1].

<u>رؤية نقدية:</u>

حاولت الدراسة توضيح وظائف البث الفضائي عبـر القنـوات التليفزيونيـة الفضائية ومدى تحقيقها لإشباعات الأفراد، وهي دراسة حاولـت اختبـار نظريـة الإشباعات والاستخدامات، وهي رؤية معاصرة للنظرية الوظيفية فيما يتعلق بتأثير وسائل الإعلام. وهذا هو محور الاتفاق مع الدراسة الحالية حيث الاهتمام بالوظائف والاشباعات، كما إنها دراسة أجريت في نطاق المجتمع الحضري.

واختلفت الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية في أنها تناولت جوانب نفـسية اجتماعية متجسدة في الإشباعات الخاصة بحاجات الأفراد دون الاهتمام بأثر تلـك الإشباعات على السلوك الفعلي للشباب، ولم تهتم بالقيم التي تركز عليها الدراسـة الحالية سواء القرابية أو السياسية.

---

(1) جيهان يسري: استخدام الشباب المصري للقنوات الفضائية والاشباعات المتحققه منها، مرجع سابق، ص ص 182- 202.

خامسا: تعقيب على الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وجد الباحث إنها اهتمت بالأبعاد الآتية:

أولا: أوضحت نتائج بعض الدراسات أن من أهم أسباب ودوافع اقتناء الهوائي (الدش) ما يلي:

1- الرغبة في الانفتاح على العالم الخارجي لمعرفة ما يحدث به، والتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى.

2- اكتساب خبرات وتجارب ومهارات جديدة.

3- الحاجة إلى الاسترخاء والاستمتاع.

4- أوضحت بعض الدراسات أن ارتفاع المستوى المادي للأسرة يعد سندا قويا ودافعا لاقتناء الهوائي إلى جانب ارتفاع المستوى الثقافي والتعليمي، بجانب التنوع في المواد والبرامج المقدمة عبر الفضائيات.

ثانيا: أوضحت نتائج بعض الدراسات السابقة أن المشاهدة اتخذت نمطين هما:

1- المشاهدة الفردية: حيث ينفرد بها شخص واحد فقط.

2- المشاهدة الجماعية: تكون بصحبة الأصدقاء أو الأسرة.

وتعتبر مشاهدة القنوات والبرامج الإخبارية من افضل القنوات والبرامج لدى المشاهدين، فالإنسان من وجه نظر الباحث وفي ضوء الدراسات السابقة أخباري بطبعه يميل إلى معرفة الأخبار الجديدة، ونشرها وإخبار الآخرين بها. وهذا ما يتفق مع السبب الأول لاقتناء الدش وهو الانفتاح على العالم الخارجي لمعرفة ما يحدث به.

ثالثا: أوضحت نتائج بعض الدراسات أن مشاهدة القنوات الفضائية ذات تأثيرات كبيرة إيجابية أو سلبية ويمكن توضيحها في ميادين مختلفة على النحو التالي:

أ- ميدان العلاقات الأسرية:

لقد أدت مشاهدة بعض القنوات الفضائية إيجابيا إلى اتساع أفق الأسرة العصرية، وتغير أساليب التفكير والنظر وخاصة فيما يتعلق بعمل المرأة، كما أدت إلى ظهور أدوار جديدة للرجل والمرأة، واتساع مدارك الأطفال والشباب، حيث أدت إلى زيادة إحاطتهم بقضايا العصر وزيادة معلوماتهم السياسية والاقتصادية والعلمية.

ومن ناحية أخرى لقد أدت مشاهدة بعض القنوات الفضائية سلبيا إلى زيادة حدة الصراع بين الأبناء والآباء نتيجة لاتساع الهوة المعرفية بينهم، وإلى ضعف الانتماء الأسري، كما قللت من رغبة الشباب في الزواج، وزيادة استقلالهم في اتخاذ القرارات بعيدا عن الأسرة كما زادت من رغبتهم في الخروج عن المعايير والتقاليد سعيا وراء التقليد الأعمى للغرب.

ب- السلوك الاستهلاكي:-

أدت مشاهدة بعض القنوات الفضائية إلى زيادة الرغبة في الاستهلاك، وخاصة الاستهلاك الترفي للمنتجات المستوردة، كما أدت إلى ضعف معدلات الإنتاج نتيجة السهر لساعات طويلة ليلا، وما يترتب على ذلك من مشاعر كسل وتأخر في إنجاز الأعمال.

ج- مشاهدة القنوات المحلية والإقليمية:

أدت مشاهدة القنوات الفضائية إلى قلة فرص مشاهدة القنوات المحلية والإقليمية، مما جعل المشاهد يتعرض لثقافات غير محلية وغير إقليمية تختلف عن ثقافة المجتمع المصرى، مما يهدد الأمن الثقافي المصري، وسيؤدى إلى غياب الوعي بقضايا المجتمع المصرى، وزيادة الوعى بالمجتمع الخارجي.

د- القيم:

أوضحت نتائج بعض الدراسات أن مشاهدة القنوات الفضائية أدت إلى تدعيم قيم المعرفة واحترام العلم والعلماء واحترام الأبوين، في حين دعمت من وجود بعض القيم السلبية كالفردية والأنانية، وضعف قيم التعاون والجمعية، وقيم الزواج بالأقارب.

ومن ناحية أخرى لاحظ الباحث أن الدراسات السابقة أغفلت الجوانب الآتية:

1- عدم التمييز بين تأثير القنوات الفضائية العربية والأجنبية.

2- لم تدرس تأثير المشاهدة على قيم الفردية، الولاء السياسي، الانتماء السياسي، الاغتراب السياسي، وهذا ما يؤكد على جدوى دراسته الحالية وأهميتها.

وفى سياق القراءة المنهجية للدراسات السابقة، تبين للباحث أن معظمها اتخذ من المسح الاجتماعى بالعينة منهجا للدراسة، كما اعتمدت معظم الدراسات السابقة على الاستبيان أو المقابلة كأدوات لجمع البيانات، وهذا ما أكد للباحث جدوى المنهج والأداة التى اعتمد عليهم والتى سوف يوضحه الباحث خلال الفصل الرابع.

الفصل الرابع
خطة الدراسة الميدانية

أولا: مجالات الدراسة

ثانيا: منهج الدراسة

ثالثا: أدوات جمع البيانات

رابعا:أساليب تحليل البيانات

خامسا:عينة الدراسة وخصائصها

الفصل الرابع
خطة الدراسة الميدانية

يهدف هذا الفصل إلى التعرف على الاستراتيجية المنهجية للدراسة، حيث يعرض لمجالات الدراسة، المناهج المستخدمة في الدراسة، أدوات جمع البيانات، أساليب معالجة البيانات، عينة الدراسة وخصائصها، وفيما يلي توضيح لذلك.

<u>أولا: مجالات الدراسة:</u>

ترتبط أية ظاهرة اجتماعية بثلاثة أبعاد تتشكل بهما وتتميز عن غيرها من الظواهر، فالظاهرة الاجتماعية لابد أنها تحدث في إقليم جغرافي معين (ريفي – حضري – بدوي) خلال فترة زمنية معينة، وترتبط بجماعات من الناس داخل المجتمع، جرى العرف العلمي على تسمية هذه الأبعاد الثلاثة بمجالات الدراسة، وهم (المجال الجغرافي – المجال البشري – المجال الزمني)، وبتطبيق هذا على الدراسة الحالية وجد الباحث الآتي:-

1- **<u>المجال الجغرافي:</u>**

تم تحديد المجال الجغرافي بالحدود الإقليمية لمدينة بني سويف، من بين المدن السبعة التابعة(*) لمجتمع محلي محافظة بني سويف، ويرجع اختيار مدينة بني سويف للأسباب الآتية:-

1- الهوائيات أكثر انتشار في مدينة بني سويف عن غيرها من المدن الأخرى داخل المحافظة.

2- تمثل مدينة بني سويف عاصمة المحافظة، وبالتالي فهي اكثر المدن داخل

(*) تضم المحافظة المدن التالية: الواسطى, ناصر, ببا, بني سويف, اهناسيا, سمسطا, الفشن.

المحافظة تحضرا وأكثرها انفتاحا على التكنولوجيا بشكل اكبر من غيرها.

وتقع مدينة بني سويف بالنسبة لمدن المحافظة فيما بين مدينة ناصر شمالا، ومدينة ببا جنوبا، ومدينة إهناسيا غربا، والهضبة الشرقية شرقا. أما عن موقع محافظة بنى سويف بالنسبة للمحافظات الأخرى، فيحدها شمالا محافظة الجيزة، وجنوبا محافظة المنيا، وشرقا محافظة البحر الأحمر، وغربا محافظة الفيوم والجيزة. وتقع مدينة بني سويف عند ملتقى خط عرض 29.12 شمالا، وخط طول 31.12 شرقا[1]. ومدينة بني سويف تتوسط المحافظة وسميت قديما بوفيسيا[2].

وقد عرفت في العصر القبطي بـ" بوفيا " وتعني " منية بوتيس" ثم حرفت إلى نفوسية وبنسوية [3]، وعندما دخل العرب مصر حرفت الى منفوسية، ثم حرفت مرة أخرى فى القرن التاسع الهجرى والخامس عشر الميلادى إلى بنى سويف، وسجلت بهذا الاسم في الدواوين المصرية تسهيلا للكتابة والنطق[4].

ولقد نشأت مدينة بني سويف كقرية صغيرة على ضفاف النيل، وتواكب عليها السكان بعد أن أمنوا غائلة الفيضان الذى تحول تجاه الشرق، وبدأ تعمير المدينة بالسكان منذ عهد الرومان وبالتحديد في العصر القبطي[5]، ومن ناحية العمران، فقد

---

(1) وزارة الإسكان والتعمير: التخطيط الهيكلي الإبتدائي لمدينة بني سويف: التقرير العام، الهيئة العامة للتخطيط العمراني، القاهرة، 1976، ص 1.

(2) ديوان عام المحافظة: دائرة معارف أعلام بني سويف، الهيئة العامة للاستعلامات، القاهرة، 2001، ص 12.

(3) وزارة الإسكان والتعمير: التخطيط الهيكلي الإبتدائي لمدينة بني سويف، مرجع سابق ص2.

(4) حامد ريان: كلمات الافتتاحية، مؤتمر بني سويف على مر العصور، جامعة القاهرة، كلية الأداب، فرع بني سويف، 27-2002/4/28، ص18.

(5) وزارة الإسكان والتعمير: التخطيط الهيكلي الإبتدائي لمدينة بني سويف، مرجع سابق، ص2.

كانت المدينة قديما تضم حيان هما الرحبة وميدان حارث، ولكن مع تحول مجـــرى النيل شرقا، توالت الأحياء الأخرى في الظهور، حيث تضم حاليا ثمانية أحيـــاء أو شياخات(الجزيرة الغربية، الرحبة، الجبالي، القمراوى، المرماح، بنى عطية، سوق الخضار، مقبل، مولد النبي) [1].

ولقد اختار الباحث حي مقبل من بين هذه الأحياء أو الشياخات ليكون مجـالا جغرافيا للدراسة، وتم اختياره للأسباب الآتية:-

1-انتشار الهوائيات في هذا الحي بشكل كبير.

2- يعتبر من اقدم الأحياء الحضرية بمدينة بنى سويف.

ويقدم الباحث نبذه مختصرة عن حي مقبل:

<u>حي مقبل:</u>

سمي بهذا الاسم نسبة إلى مقبل باشا صاحب الأراضي التي نشأ عليهـا هـذا الحي، ولقد تكونت تلك الأراضي بفعل رواسب نهر النيل التي حولـت الأراضـي الواقعة شمال ميدان حارث قديما إلى أراضي زراعية ذات حدائق غنـاء، وهـي أراضي كانت ملك للدائرة السينية والتي قامت ببيعها للأتراك، وكان من أشـهرهم مقبل باشا، وكان هذا الحي قديما يضمن مشلاق كبير يطل على خور النيـل كـان مقرا للوالي، كما كان يضم مصنعا للغزل والنسيج وخاصة الأقمشة والكتان وتحول حاليا إلى مدرسة النيل الثانوية[2].

---

(1) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء: <u>النتائج النهائية لتعداد سكان محافظة بنى سويف</u>، ج. م.ع، ديسمبر 1998، ص 2.

(2) وزارة التربية والتعليم: <u>محافظة بني سويف: بحث تاريخي، اقتصادى، علمي، قومي</u>، أولاد العميرى، بنى سويف، 1961، ص ص 26-27.

2- المجال الزمني:

اختلف الباحثون حول ماهية المجال الزمني، فربطه البعض بالفترة الزمنية التي يستغرقها الباحث في جمع البيانات من مفردات عينة البحث، أى من بداية جمع البيانات حتى الانتهاء منها، والبعض الأخر رأى أنه يرتبط بالظاهرة التي يدرسها الباحث أى منذ ظهور الظاهرة وحتى وقت انتهاء الباحث من جمع البيانات من مفردات العينة. ولقد حاول الباحث الجمع بين الطريقتين لأنهما على صواب فبالنسبة للرأى الأول فيتحدد المجال الزمني بالفترة من (11 /6 / 2007 إلى 11 /9 /2007).

أما في ضوء الرأى الثاني فان المجال الزمني للدراسة يبدأ منذ ظهور امتلاك جمهورية مصر العربية للقناة الفضائية المصرية عام 1991 مرورا بإطلاق القمر المصرى "النيل سات" عام 1998 وما أتاحه من فرصة اكبر لتعاظم نمو القنوات الفضائية المصرية والعربية والأجنبية وزيادة قدرة التليفزيون المصرى والمشاهد المصرى على استقبال القنوات الفضائية (العربية والأجنبية)، وحتى وقت الانتهاء من جمع المادة الميدانية بتاريخ 11 /9/ 2007.

3- المجال البشرى:

تحدد المجال البشرى للدراسة على أنه يضم بعض الأسر المالكة للهوائيات في حي مقبل، حيث تمكنهم من مشاهدة القنوات الفضائية(العربية والأجنبية معًا) في مساكنهم المعيشية، ولقد اجرى الباحث المقابلات مع بعض من أرباب الأسر، بجانب بعض من الشباب والشابات داخل نفس الأسر.

ثانيا: المنهج: Method

تعد الدراسة من نوع الدراسات الوصفية التفسيرية لذا تعين على الباحث الاعتماد على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، الذى يعد من انسب المناهج لذلك النوع من الدراسات الاجتماعية والإعلامية. ويهتم منهج المسح الاجتماعى بدراسة الظروف الاجتماعية التى تؤثر فى مجتمع ما بهدف الحصول على بيانات ومعلومات كافية يمكن الاستفادة منها في وضع وتنفيذ مشروعات إنشائية للإصلاح الاجتماعي.

ولما كان منهج المسح الاجتماعى الشامل من المناهج التى تتطلب مزيد من الجهد والوقت والمال، لذا أضحى المسح الاجتماعي بالعينة اكثر ملائمة للدراسة، حيث يركز على عدد محدود من الحالات التى تنطبق عليهم خصائص العينة المطلوبة، كما انه يهيئ للباحث فرصة اكبر لجمع معلومات وافيه دقيقة تمنحه القدرة على إصدار أحكام أكثر عمقا، كما أنه يعطى فرصه لإجراء دراسات أخرى على المفردات التى لم تخضع للدراسة(1).

ولقد تأكد للباحث من خلال قراءة بعض مصادر التراث المنهجي فى علم الاجتماع، أن منهج المسح الاجتماعي من أكثر المناهج ملائمة للدراسات الوصفية، حيث يشاع استخدامه معها، بجانب انه يسهم فى تحقيق أهداف علم الاجتماع (التفسير، التنبؤ، التحكم).

---

(1) عبد الباسط حسن: أصول البحث الاجتماعي، مرجع سابق، ص ص221-438.

ثالثا: الأدوات:

اعتمدت الدراسة على الأدوات الآتية:

الملاحظة: observation

تستخدم الملاحظة في هذه الدراسة من أجل التعرف على مشاهدي القنوات الفضائية عن طريق الربط بين وجود الهوائي لدى المشاهد في محل إقامته -الذي يوجد غالبا اعلى العمارة أو المنزل الذي يعيش بداخله أو في الشرفة بداخل الشقة- و مدى الفرصة المتاحة لمشاهدة القنوات الفضائية نفسها.

والملاحظة كأداة منهجية من اقدم أدوات جمع البيانات، وتحتل مكانة هامة بين غيرها من الأدوات، وترجع تلك الأهمية إلى عدم وجود أداة تحقق ما كانت تحققه الملاحظة للباحث، حيث لا يمكن الاستغناء عن الاندماج الشخصي للباحث في ميدان بحثه، ولم تكن هناك أداة تعادل الملاحظة في قدرتها على توليد الأفكار في ذهن الباحث، كما انه مازال من الصعب تصور وجود دراسة جادة للسلوك الاجتماعي لا يوجد للملاحظة دور فيها.

ولقد قدم تاريخ البحث الاجتماعي شواهد بحثية تؤكد أهمية الملاحظة، حيث انطلقت العديد من البحوث معتمدة عليها وخاصة بحوث مدرسة شيكاغو[1]. إلا انه قد تضائل دور الملاحظة في البحوث مع ظهور الاعتماد على المقابلة والاستبيان، إلا إنها أداة ذات أهمية ولا يمكن الاستغناء عنها، ومما يوضح أهميتها إنها تستخدم في جميع أنماط البحوث الاجتماعية الكشفية والوصفية والتجريبية. وتعرف بأنها

---

(1) تيودور كابلو: البحث الاجتماعي: الأسس النظرية والخبرات الميدانية، (ترجمة) محمد الجوهري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1993، ص 116.

(المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما، مع الاستعانة بأساليب البحث والدراسة التى تتلاءم مع طبيعة هذه الظاهرة)[1].

ويعتمد الباحث على الملاحظة المباشرة المقننة، حيث يقوم بمشاهدة الهوائيات التى يعتبرها مؤشرا أساسيا لامتلاك الهوائى، ويمكن تلك الباحث من التعرف على نوع الهوائى الذى يعتمد عليه المشاهد، ونوع القنوات التى يمكنه مشاهدتها، ومن ثم تعتبر الملاحظة أداة منهجية مناسبة لنوع الدارسة ولطبيعة مجتمع البحث.

2- المقابلة: interview

تعد المقابلة من أكثر الأدوات استخداما في البحوث المسحية، وتعرف المقابلة بأنها (تفاعل لفظى بين القائم بالمقابلة والمبحوث الهدف استثارة الطرف الأول معلومات الطرف الثانى وخاصة المتعلقة بآرائه ومعتقداته)[2].

ويرى الباحث أن هذه الأداة مناسبة لدراسة الموضوع ولمجتمع البحث فمجتمع البحث يضم مستويات تعليمية متباينة. وهذا وضع تتناسب معه المقابلة حيث تتيح فرص جمع البيانات من الأميين وليس المثقفين فقط[3].

ومن بين أنواع المقابلات تم اختيار المقابلة المقننة التى تتم من خلال استخدام الباحث استمارة مقابلة (الاستبار) interviwing schedual ذات أسئلة محددة من قبل توجه الأسئلة والعبارات بها إلى المبحوث بنفس الصياغة والترتيب سواء كانت

---

(1) طلعت إبراهيم لطفى:أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، دار غريب، القاهرة، 1995، ص ص 76- 77.

(2) عبد الباسط حسن: أصول البحث الاجتماعي، مرجع سابق، ص ص 331-335.

(3) سمير نعيم: المنهج العلمى فى البحوث الاجتماعية، ط4 مزيدة ومنقحة، مكتبة سعيد رأفت، القاهرة، 1987، ص209.

الأسئلة مفتوحة أو مغلقة[1].

وتشبه استمارة المقابلة، استمارة الاستبيانQuestionnaire، من حيث التصميم، ولكنها تختلف عنها في الاستخدام الميداني، ففي الاستبار يقوم الباحث بإلقاء الأسئلة على المبحوث وتدوين إجابات المبحوث في الاستمارة، في حين يترك للمبحوث تدوين الإجابة بنفسه على استمارة الاستبيان، ولا يتطلب الأمر وجود الباحث مع المبحوث عكس الاستبار[2].

أ- توصيف استمارة المقابلة:

من اجل تفعيل استخدام هذه الأداة، قام الباحث بتصميم استمارة المقابلة والتي يمكن توصيفها على النحو التالي:

1- تضمنت استمارة المقابلة أربعة بنود أساسية، تمت صياغتها في نحو (30) سؤالا بعضها من النوع المفتوح Open Questions، وغالبيتها من النوع المغلقClose Questions، بجانب ذلك تم تصميم مقياس للقيم على طريقة مقياس "ليكرت"، ويمكن عرض البنود الأربعة على النحو التالي:

أولا: البيانات الأولية: تضمنت في الأسئلة من (1-7).

ثانيا: بيانات عن القنوات الفضائية:وتضم الأسئلة من (8-14) وينقسم هذا البند إلى:

1- أسئلة تتعلق بطبيعة المشاهدة: وتضم الأسئلة من (8-10).

2- أسئلة تتعلق بنتائج المشاهدة: وتضم الأسئلة من (11-14).

---

(1) غريب سيد احمد: تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1989، ص 303.

(2) سمير نعيم: المنهج العلمي في البحوث الاجتماعية، مرجع سابق، ص 222.

ثالثا: بيانات عن القيم القرابـــــية: وتضم الأسئلة من (15–19).

رابعا: بيانات تتعلق بالقيم السياسية: وتضم الأسئلة من (20–30).

2- إجراءات الصدق والثبات في استمارة المقابلة: اتخذ الباحث مجموعة من الإجراءات المنهجية لتحقيق درجة من الصدق والثبات فى استمارة المقابلة على النحو التالي:

ب- لتحقيق درجة عالية من الصدق:

قام الباحث بعرض الاستمارة في صـــورتها الأوليـــة علـــى مجموعـــة مـــن المحكمين، من أساتذة علم الاجتماع وعلم الإعلام فى عدد من الجامعات المـــصرية المختلفة(*)، ولقد ابدى هؤلاء الأساتذة ملاحظاتهم التى استفاد منها الباحـــث، وتـــم إعادة صياغة الاستمارة فى ضوئها، وذلك لضمان درجة عالية من الصدق.

ج- لتحقيق درجة عالية من الثبات قام الباحث بالآتي:

1- تم عمل اختبار قبلى بعدى (Test-Retest Reliability)، حيث تم تطبيق استمارة المقابلة على عينة مكونه من 20 مبحوث من مشاهدى القنـــوات الفضائية، من اجل التعرف على مدى وضوح الأسئلة، وعدم ازدواجيتها، ومدى ثبات إجابات المبحوثين، وتم إعادة تعديل بعض الأسئلة التى كشف التحليل البسيط عن توازى أجابات المبحوثين حولها، وهى الأسئلة التـــى

(*) أ.د/ كمال عبد الحميد الزيات – أستاذ علم الاجتماع بجامعة بنى سويف

أ.د/ محمود مصطفى كمال – أستاذ علم الاجتماع بجامعة المنيا.

أ.د/ مصطفى خلف عبد الجواد – أستاذ علم الاجتماع بجامعة المنيا.

أ.د/ حسن عماد مكاوى – أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة.

أ.د/ سلوى إمام – أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة.

كانت الإجابة عليها بنسبة تتراوح من 90% -100%، كما تم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس المبحوثين مرة أخرى بعد خمسة عشر يوما من الاختبار الأول لتحديد معدل ثبات إجابات المبحوثين، فقد جاءت الإجابات مطابقة فى الحالتين مما يشير إلى معدل ثبات مرتفع.

2- تم إضافة بعض الأسئلة للمراجعة Checking Questions من اجل كشف صدق البيانات التي يدلي بها المبحوثين.

3- تم استبعاد الاستمارات التي لاحظ الباحث وجود تناقض بين إجابات المبحوثين من اجل تحقيق الاتساق الداخلي في الاستمارة.

ب- مقياس القيم:

قام الباحث بعمل مقياس للقيم Scale of Value فى ضوء مقياس " ليكرت Likert " وهو من المقاييس اللفظية Verbal Techniques من اجل تفهم طريقة صياغة الأسئلة، كما تم الاطلاع على مقياس الانتماء السياسى للباحثة "إيمان عليوة"(*)، وتميز المقياس الذى صاغته، بأنه تمت صياغته بعد الاطلاع على مجموعة من المقاييس حول الولاء السياسى والانتماء السياسى، والاغتراب السياسى لعدد من الباحثين السابقين لها(**).

(*) إيمان عليوة: الانتماء السياسى لدى طلاب الجامعة ودور مؤسسات التنشئة السياسية فى دعمه، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا، 2004)، ص 155.

(**) بعض من المقاييس التى عرضتها الباحثة فى رسالتها، نقلا عن المرجع السابق نفسه.

1- مقياس الانتماء للأسرة إلهامى عبد العزيز إمام.

2- مقياس الولاء للوطن طارق محمد المرسى.

3- مقياس الانتماء للوطن السيد احمد السيد

4- مقياس الاغتراب السياسى احمد فاروق احمد

وجاء المقياس الخاص بالدراسة الحالية مكون من خمس وعشرين عبارة، تم صياغتها في ضوء المفهومات الإجرائية الخاصة بكل مفهوم على حدة، وفي شكل عبارات عامة، منها ما هو سلبي ومنها ما هو إيجابي، لتعبر عن القيم التي يسعى الباحث نحو التعرف على مدى تأثرها بمشاهدة القنوات الفضائية، وهذه القيم هي (الانتماء الأسرى – الفردية – الولاء السياسي– الانتماء السياسي– الاغتراب السياسي)، ويضم المقياس نوعان من البيانات:

أولا: بيانات تتعلق بالقيم القرابية:

وهي تضم عبارات تتعلق بتأثير المشاهدة على الانتماء الأسرى وعلى الفردية ولقد وضع الباحث مجموعة من المؤشرات لقياس مدى التأثير وهي على النحو التالي:-

1- قيمة الانتماء الأسري:- تم صياغة خمسة عبارات تتضمن المؤشرات الأتية:

أ- مشاركة الأسرة في مشاكلها.

ب- الرجوع إلى الأسرة عندما تواجه الفرد مشكلات يصعب عليه حلها.

ج- السماح للأسرة في التدخل لاختيار الزوجة.

د- حب الإقامة مع الأسرة.

هـ- زيارة الأسرة والتردد عليها.

2- قيمة الفردية:- تم صياغة خمسة عبارات تتضمن المؤشرات الأتية:

أ- الاهتمام بالمشاكل الشخصية فقط.

ب- الرغبة الدائمة في الإقامة المستقلة.

ج- الحرية المطلقة فى اختيار الزوجة.

د- عدم الاهتمام بزيارة الأسرة.

هـ- عدم تقديم المساعدة للأسرة لحل مشكلاتها.

<u>ثانيا:- بيانات عن القيم السياسية:</u>

وهى تضم عبارات متعلقة بتأثير المشاهدة على القيم السياسية (الولاء السياسي- الانتماء السياسي- الاغتراب السياسي)، ولقد وضع الباحث بعض المؤشرات لقياس مدى تأثر هذه القيم بمشاهدة القنوات الفضائية على النحو التالي:

1- <u>قيمة الولاء السياسي</u>: تم صياغة خمسة عبارات تتضمن المؤشرات الآتية:

أ- حب المجتمع الذى يعيش فيه الفرد.

ب- التألم من سماع أخبار سيئة عن المجتمع.

ج- السعى نحو تصحيح الأقوال الخاطئة عن المجتمع.

د- عدم الرغبة في الهجرة للعمل في الخارج.

هـ- تفضيل الموت على تراب الوطن.

2- <u>قيمة الانتماء السياسي</u>: تم صياغة خمسة عبارات تتضمن المؤشرات الآتية:

أ- الرضا عن سياسات الحكومة وقراراتها.

ب- متابعة الأحداث السياسية داخليا وخارجيا.

ج- المشاركة فى الانتخابات.

د- عضوية أحد الأحزاب السياسية.

هـ- تقلد منصب سياسي.

3- <u>قيمة الاغتراب السياسي:</u>

أ- الاهتمام بالمجتمعات الأخرى عن المجتمع الذى يعيش فيه الفرد.

ب- تدنى قيمة العمل مع الأحزاب السياسية.

ج- عدم جدوى المشاركة في الانتخابات.

د- الرغبة الدائمة فى الهجرة خارج المجتمع.

هـ- عدم الثقة فى قرارات الحكومة.

<u>مفتاح تصحيح المقياس:</u>

1- قسمت عبارات المقياس على خمسة قيم متساوية، لكل قيمة خمسة عبارات، ورتبت العبارات ترتيبا دائريا، وهذا ما يوضحه جدول رقم (2)، ووضع أمام كل عبارة ثلاث اختيارات (إجابات) تتمثل فى (أوافق إلى حد كبير – أوافق إلى حد ما – لا أوافق)، ويأخذ الاختيار الأول ثلاث درجات، والثاني درجتان، والثالث درجة واحدة.

2- يتم حساب الدرجة التي يحصل عليها المبحوث فى كل قيمة على حدة على النحو التالي:

أ- يتم تجميع العبارات الخاصة بكل قيمة، وإعطائها الدرجات المختلفة التى حصل عليها المبحوث.

ب- تجمع الدرجات الخمسة لتحديد الدرجة التى يحصل عليها المبحوث فى القيمة الواحدة.

ح يتم حساب درجة كل قيمة من قيم الدراسة، فإذا حصل المبحـوث علـى درجة تقع ما بين (1–5) تعتبر القيمة ضعيفة، وإذا حصل على درجة تقع ما بين (6–10) تعتبر القيمة متوسطة، وإذا حصل على درجة تقع ما بين (11-15) تعتبر القيمة قوية.

د من أجل حساب القيمة الرقمية للقيم كلها لـدى المبحـوث، فانـه إذا حـصل المبحوث على درجة تقع ما بين (5–25) في القيم الخمسة تكون قيمه ضعيفة، وإذا ما حصل على درجة تقع ما بين (26–50) تعتبر قيمه متوسطة، وإذا ما حصل على درجة تقع ما بين (51– 75) تعتبر قيمه قوية.

هـ- يتم تحويل القيمة المادية إلى قيمة كيفية، أي من قيمة رقمية(5–7–12) إلى قيمة كيفية (ضعيف – متوسط – قوي).

و- يتم حساب مدى التغير في القيمة الواحدة لدى جميع المبحوثين من خـلال تجميع تكرارات القيمة الكيفية للقيمة نفسها لدى جميع المبحوثين.

جدول رقم (2)

توزيع أرقام عبارات قيم الدراسة في المقياس

م	القيم	أرقام العبارات	عدد العبارات
1	الانتماء الأسري	1، 6، 11، 16، 21	5
2	الفردية	2، 7، 12، 17، 22	5
3	الولاء السياسي	3، 8، 13، 18، 23	5
4	الانتماء السياسي	4، 9، 14، 19، 24	5
5	الاغتراب السياسي (عدم الولاء وعدم الانتماء السياسي)	5، 10، 15، 20، 25	5

رابعا: أساليب تحليل البيانات:

تعتمد الدراسة على أسلوبي التحليل الكمي والكيفي معا، حيث يتجه الباحث بعد جمع البيانات، إلى تصنيفها وتفريغها في جداول إحصائية منها البسيط ومنها المركب، ثم أجرى عليها مجموعة من التحليلات الإحصائية، كالنسب المئوية ومقياس الدلالة الإحصائية "كاسكوير" مستعينا ببرنامج spss.

ولما كان التحليل الكيفي ضرورة لتعميق الفهم للظواهر وخاصة عند دراسة المواقف والقيم الاجتماعية، لذا تنبه العديد من الباحثين إلى أهمية الجمع بين التحليل الكيفي والتحليل الكمي من أجل تعميق النظرة وتقديم رؤية شمولية، تساعد على دقة التحليل[1].وبالتالي أضحى الاعتماد على التحليل الكيفي مطلبا ضروريا وبعدا جوهريا للدراسة.

خامسا: العينة وخصائصها:

لاحظ الباحث مدى تباين مجتمع البحث وعدم معرفة مفرداته، حيث انها غير مدونة في إحصاءات رسمية يمكن اعتبارها إطارا مرجعيا لمجتمع البحث للاختيار من بينها، ولقد فرض ذلك الوضع على الباحث ضرورة اللجوء إلى أسلوب العينات غير العشوائية لأنه يناسب هذا الوضع الذي يصعب معه أتاحة فرص متكافئة لجميع مفردات البحث للاختيار من بينها[2].

ومن بين العينات غير العشوائية Non-Random Sample تم اختيار العينة العمدية أو الغرضية purposive sample، وهي عينة يتم اختيار مفرداتها في

---

(1) طلعت إبراهيم لطفي: أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، مرجع سابق، ص 119.

(2) سمير نعيم: المنهج العلمي في البحوث الاجتماعية، مرجع سابق، ص 146.

ضوء رؤية ومعرفة الباحثين التى توجههم نحو اختيار أفراد يعتقدون فـي ضـوء معرفتهم، بأنهم انسب الأفراد لتمثيل مجتمع الدراسة[1]. وفي العينة العمدية لا تتاح فرص متكافئة للاختيار بين الأفراد ضمن مفردات العينة، كما لا توجـد شـروط مسبقة تحدد حجم العينة العمدية حيث يتسم الحجم بالمرونة، فالباحث يختار مفردات غنية بالمعلومات أو البيانات حتى يصل إلى الحجم الذى يحصل فيه على إجابـات كافية حول الأسئلة التي كانت الدافع الأساسي وراء الدراسة[2].

ولقد وضع الباحث بعض الشروط فى الأفراد الذين يمثلون عينة الدراسة على النحو التالي:

1- امتلاك الهوائى الذى يتيح فرص متكافئـة لمـشاهدة القنـوات العربيـة والأجنبية.

2- مرور سنة كاملة على امتلاك الهوائى من اجـل اكتـساب الخبـرة فـى استخدامه.

3- أن يكون الهوائى خاص بالأسرة وليس مجـرد الاشـتراك فـى خدمـة التليفزيون الكابل(*) أو مشاهدة الهوائي في أماكن عامة.

---

(1) Matthew David &Carole D.Sutton; <u>Social Research</u>., Sage Publication Led, London, 2004, P. 152.

(2) ديرك لايدر: <u>قضايا التنظير في البحث الاجتماعي</u>، (ترجمة) عدلي السمري، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2000، ص ص 109 -110.

(*) <u>التليفزيون الكابل</u>: إحدى التكنولوجيات التليفزيونية الحديثة التى يتم من خلالها نقل الإشارات التليفزيونية من هوائى ضخم إلى المنازل عبر أسلاك تسمي" بالكابلات" مقابل اشتراكات شهرية.للمزيد انظر: حسن عماد مكاوى: <u>تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات</u>، الدر المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993، ص ص79-83.

ولما كانت حدود مجتمع البحث البشرية غير محددة، فلقد استطاع الباحث الوصول إلى (200) حالة ممن تنطبق عليهم الشروط السابقة داخل حي مقبل بمجتمع محلي مدينة بني سويف.

ويعتبر الفرد المشاهد للقنوات الفضائية وحدة العينة العمدية، ويرجع اختيار الفرد إلى أن بعض الأحصائيون يرون أن الباحث يحصل على أدق النتائج إذا كانت وحدة العينة هي الفرد نفسه وكلما كبر حجم وحدة العينة قلت دقة نتائج الدراسة[1]. واختيار الفرد داخل الأسرة لا يتعارض مع وحدة الدراسة في علم الاجتماع، لان الفرد لا يعيش بمفرده، بل يعيش وسط جماعة اجتماعية(الأسرة)، وهذا الفرد قد يكون رب أسرة أو ربة أسرة أو شاب أو شابة أو خلافه.

خصائص عينة الدراسة:

يحاول الباحث توضيح خصائص عينة الدراسة من مشاهدي القنوات الفضائية في ضوء مجموعة المتغيرات كـ(النوع، السن، الحالة الزواجية، المستوى التعليمي)، ومدى إجادة اللغات الأجنبية، ومعدل مشاهدة كلا من القنوات الفضائية العربية والأجنبية على النحو التالي:-

1- توزيع أفراد العينة حسب النوع:

بتوزيع أفراد العينة من مشاهدي القنوات الفضائية حسب النوع، تبين أن نسبة الذكور 59%، في حين بلغت نسبة الاناث41% وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) عبد الباسط حسن: أصول البحث الاجتماعي، مرجع سابق، ص 440.

جدول رقم (3)

توزيع أفراد العينة حسب النوع

النوع	ك	%
ذكر	118	59
أنثى	82	41
المجموع	200	100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق رقم (2) أن غالبية المبحوثين في عينة الدراسة من الذكور، وأن أقلية فقط من الإناث.

2- توزيع أفراد العينة حسب السن:

بتوزيع أفراد العينة من مشاهدي القنوات الفضائية حسب السن، تبين أن نسبة 48.5% يقعون في الفئة العمرية (16-30)، وأن نسبة 43.5% يقعون في الفئة العمرية (31-45)، في حين بلغت نسبة 8% من المشاهدين يقعون في الفئة العمرية (46-60)، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (4)

توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	ك	%
16-30 سنة	97	48.5
31-45 سنة	87	43.5
46-60 سنة	16	8
المجموع	200	100

يكشف الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يقعون فى الفئة العمرية (16-30 سنة)، وان القليه من المبحوثين يقعون في الفئة العمرية (46-60سنة)، فالمـشاهدة تقل لدى كبار السن نظرا للظروف الصحية التي يعاني منها المسنين.

3- توزيع أفراد العينة حسب الحالة الزواجية:

بتوزيع أفراد العينة من مشاهدى القنوات الفضائية حسب للحالة الزواجية، تبين أن نسبة 37.5% من العزاب، وان نسبة 58.5% من المتزوجين، وان نسبة 2.5% من الأرامل، وان 1.5% من المطلقين، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (5)

توزيع أفراد العينة حسب الحالة الزواجية

الحالة الزواجية	ك	%
أعزب	75	37.5
متزوج	117	58.5
أرمل	5	2.5
مطلق	3	1.5
المجموع	200	100

ويكشف الجدول السابق، عن أن غالبية أفراد العينة من المتزوجين، وان اقل نسبة من المطلقين.

4- توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

بتوزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، تبين أن نسبة غيـر المتعلمـين 15%، وان نسبة الحاصلين على شهادة الثانوية العامة أو الدبلوم 30%، كما بلغت نسبة الحاصلين على مؤهل فوق متوسط 8%، فى حين بلغت نسبة الحاصلين على

مؤهل جامعي 43.5%، وأخيرا جاءت نسبة الحاصلين على مؤهل ما بعد الجامعي بنسبة 3.5% وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:-

جدول رقم (6)

توزيع أفراد العينة حسب الحالة الزواجية

المستوى التعليمي	ك	%
غير متعلم	30	15
ثانوية عامة أو دبلوم	60	30
مؤهل فوق متوسط	16	8
مؤهل جامعي	87	43.5
مؤهل ما بعد الجامعي	7	3.5
المجموع	200	100

يكشف الجدول السابق عن غالبية المبحوثين من الحاصلين على مؤهل جامعي، وان أقلية هم الحاصلين على مؤهلات ما بعد الجامعي.

5- <u>توزيع أفراد العينة حسب مدى إجادة اللغات الأجنبية:-</u>

بتوزيع أفراد العينة حسب مدى إجادة اللغات الأجنبية، تبين أن نسبة 61% من المبحوثين ممن يجيدون لغات أجنبية بجانب اللغة العربية، وان نسبة 39% من المبحوثين ممن يجيدون اللغة العربية(*) فقط وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(*) يقصد باللغة العربية هنا اللغة العربية الدارجة أو العامية وليست الفصحي.

جدول رقم (7)

توزيع أفراد العينة حسب مدى إجادة اللغات الأجنبية

إجادة اللغات	ك	%
يجيدون لغات أجنبية	122	61
لا يجيدون غير العربية	78	39
المجموع	200	100

ويكشف الجدول السابق عن أن غالبية المبحوثين في عينة الدراسة ممن يجيدون اللغات الأجنبية بجانب اللغة العربية، في حين كان من يجيدون العربية فقط أقلية.

6- توزيع أفراد العينة حسب معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

بتوزيع أفراد العينة حسب معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية، تبين أن نسبة 575% من العينة، ممن يشاهدون القنوات الفضائية العربية بمعدل اقل من 4 ساعات فى اليوم الواحد، وان نسبة 425 % من عينة الدراسة، ممن يشاهدون القنوات الفضائية العربية بمعدل من 4 ساعات فاكثر فى اليوم الواحد، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (8)

توزيع أفراد العينة حسب معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية

معدل المشاهدة	ك	%
اقل من 4 ساعات فى اليوم الواحد	115	57.5
4 ساعات فأكثر فى اليوم الواحد	85	42.5
المجموع	200	100

يكشف الجدول السابق عن أن غالبية المبحوثين من قليلى المشاهدة للقنوات الفضائية، وهم من يشاهدون القنوات الفضائية لمدة اقل من 4 ساعات فى اليوم

الواحد، وان أقلية هم من كثيفى المشاهدة وهم من يشاهدون القنوات الفضائية لمدة من 4 ساعات فاكثر فى اليوم الواحد.

7- توزيع أفراد العينة حسب معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية:

بتوزيع أفراد العينة حسب معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية فى اليوم الواحد، تبين أن نسبة 615%، ممن يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية بمعدل اقل من 4 ساعات في اليوم الواحد، وان نسبة 385 % من عينة الدراسة، ممن يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية بمعدل من 4 ساعات فاكثر فى اليوم الواحد، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي

جدول رقم (9)

توزيع أفراد العينة حسب معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية

معدل المشاهدة	ك	%
اقل من 4 ساعات في اليوم الواحد	123	61.5
4 ساعات فاكثر فى اليوم الواحد	77	38.5
المجموع	200	100

يكشف الجدول السابق عن أن غالبية المبحوثين من قليلى المشاهدة للقنوات الفضائية، وهم من يشاهدون القنوات الفضائية لمدة اقل من 4 ساعات فى اليوم الواحد، وان أقلية هم من كثيفي المشاهدة، وهم من يشاهدون للقنوات الفضائية الأجنبية لمدة من 4 ساعات فاكثر فى اليوم الواحد.

ومن اجل توضيح الوظائف المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية، وتوضح مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية على القيم التراثية والسياسية، محور اهتمام الدراسة يحاول الباحث خلال الفصول التالية توضيح ذلك بشيء من التفصيل.

الفصل الخامس

القنوات الفضائية

والقيم القرابية

أولا: طبيعة مشاهدة القنوات الفـضائية والنتـائج المترتبة على المشاهدة

ثانيا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية علـى القـيم القرابية

الفصل الخامس

القنوات الفضائية والقيم القرابية

يهدف هذا الفصل على التعرف على طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية، ومدى تأثيرها على القيم القرابية، ويتضح ذلك على النحو التالي:-

أولاً: طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية والنتائج المترتبة على المشاهدة:

أ- طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية:

يتباين المبحوثين فيما بينهم، من حيث نوعية البرامج المفضلة للمشاهدة في القنوات الفضائية، وكذلك في عدد الساعات المخصصة للمشاهدة لديهم خلال اليوم الواحد.

وبسؤال المبحوثين عن أهم البرامج التي تثير اهتمامهم في القنوات الفضائية العربية والأجنبية، فلقد جاءت إجاباتهم بأن البرامج السياسية هي الأكثر إثارة للاهتمام، حيث بلغت نسبة مشاهدتها 34.5%، بينما أشارت نسبة 11% من المبحوثين بأن البرامج الاجتماعية هي الأكثر إثارة للاهتمام، وبنفس النسبة جاءت إجابات المبحوثين نحو البرامج الدينية أي بلغت نسبة مشاهدتها 11%، في حين أوضحت نسبة 5.5% من المبحوثين بأن البرامج الترفيهية هي الأكثر إثارة للاهتمام، بينما جاءت إجابات 3% من المبحوثين بأن البرامج الثقافية هي الأكثر إثارة للاهتمام، ولقد أكدت نسبة 35% من المبحوثين أن البرامج السابقة جميعًا تثير اهتمامهم، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (10)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقا لأهم البرامج المثيرة للاهتمام

نوعية البرامج المثيرة للاهتمام	ك	%
البرامج السياسية	69	34.5
البرامج الاجتماعية	22	11
البرامج الدينية	22	11
البرامج الترفيهية	11	5.5
البرامج الثقافية	6	3
البرامج السابقة جميعها	70	35
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن كل من البرامج السياسية، والاجتماعية، والدينية، والترفيهية، والثقافية، تثير اهتمام المبحوثين، ولكن بنسب متباينة، فلقد احتلت البرامج السياسية المرتبة الأولى، يليها كل من البرامج الاجتماعية والدينية، ثم البرامج الترفيهية، وأخيرا البرامج الثقافية، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل ما هي نوعية البرامج المثيرة لاهتمام المشاهدين في القنوات الفضائية؟

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أمل توفيق بعنوان (البث التليفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية) والتي توصلت إلى أن القنوات الإخبارية أكثر تفضيلاً للمشاهدة عن غيرها من القنوات الأخرى[1]،

---

(1) أمل محمد توفيق: البث التليفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص 167-206.

كما تتفق مع ما أكده فارس بن محمد الغزى فى دراسته بعنوان (القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكى فى المجتمع السعودي) حيث أكد على أن أصحاب المشاهدة الجماعية يفضلون نشرات الأخبار عن غيرها من البرامج. ومن ناحية أخرى تختلف النتيجة السابقة مع ما توصل إليه فارس الغزى فيما يتعلق بتفضيل أصحاب المشاهدة الفردية للبرامج الاجتماعية والعلمية عن غيرها من البرامج الأخرى[1]. كما تختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة ياس البياتي بعنوان (الفضائيات:الثقافة الوافدة وسلطة الصورة)، حيث توصلت إلى أن البرامج الثقافية الموسيقية تحتل المرتبة الأولى بين جميع البرامج لدى المشاهدين الليبيين[2]، كما تختلف مع ما توصلت إليه نسمه البطريق فى دراستها بعنوان (القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية)، فلقد توصلت إلى أن البرامج الترفيهية تحظى بتفضيل أكبر من البرامج السياسية والثقافية[3].

وبسؤال المبحوثين عن طبيعة مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية، من حيث عدد ساعات المشاهدة في اليوم الواحد، فلقد جاءت إجابات من يشاهدون القنوات الفضائية العربية لمدة أقل من 4 ساعات في اليوم الواحد بنسبة 57.5%، في حين جاءت إجابات من يشاهدون القنوات الفضائية العربية لمدة 4 ساعات فأكثر في اليوم الواحد بنسبة 42.5% وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) فارس بن محمد الغزي: القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي، ص53.

(2) ياس خضير البياتي: الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص75.

(3) نسمه البطريق: القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية، مرجع سابق، ص118.

جدول رقم (11)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً لعدد ساعات

مشاهدة القنوات الفضائية العربية فى اليوم الواحد

عدد ساعات المشاهدة	ك	%
أقل من 4 ساعات فى اليوم الواحد	115	57.5
من 4 ساعات فاكثر فى اليوم الواحد	85	42.5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق أن غالبية المبحوثين من قليلى المشاهدة للقنوات الفضائية العربية وهم من يشاهدون القنوات الفضائية العربية أقل من 4 ساعات فى اليوم الواحد، فى حين كان كثيفى المشاهدة وهم من يشاهدون القنوات الفضائية العربية من 4 ساعات فأكثر فى اليوم الواحد يمثلون القلة، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل ما هى عدد الساعات التى يقضيها المشاهدين أمام القنوات الفضائية العربية؟

وبسؤال المبحوثين عن عدد ساعات مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية، فقد تبين أن نسبة 61.5% من المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية لمدة أقل من 4 ساعات فى اليوم الواحد، وأن نسبة 38.5% يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية لمدة من 4 ساعات فأكثر فى اليوم الواحد، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (12)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً لعدد ساعات

مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية فى اليوم الواحد

عدد ساعات المشاهدة	ك	%
أقل من 4 ساعات فى اليوم الواحد	123	61.5
4 ساعات فأكثر فى اليوم الواحد	77	38.5
المجموع	200	%100

وتكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن أكثرية من المبحوثين هم قليلى المشاهدة للقنوات الفضائية الأجنبية، فى حين يمثل كثيفى المشاهدة للقنوات الفضائية الأجنبية أقلية، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل ما هى عدد الساعات التى يقضيها المشاهدين أمام القنوات الفضائية الأجنبية؟

<u>ب- النتائج الإيجابية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية:</u>

<u>1- النتائج الإيجابية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية:</u>

بسؤال المبحوثين عن الاشباعات المحققة لهم من وراء مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية، فلقد أجابت نسبة 20.5% من عينة الدراسة بأن مشاهدتهم أفادتهم في التعرف على العالم الخارجي وما يحدث فيه، بينما أشارت نسبة 29% من المبحوثين بأن مشاهدتهم أفادتهم كثيراً فى الإلمام بما يدور فى المجتمع المصرى من مشكلات وقضايا، فى حين أكدت نسبة 17.5% بأن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية مكنتهم من التسلية والترفيه، وأجابت نسبة 10% بأن مشاهدتهم أتاحت لهم فرص للتثقيف والتعرف على ثقافات المجتمعات العربية، فى حين أكدت نسبة 20.5% بأن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية مكنتهم من متابعة الأحداث

الرياضية، وأخيراً أجابت نسبة 1.5% من أفراد العينة بأن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية حققت لهم كل ما سبق، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (13)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للفوائد المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية

الفوائد المترتبة على المشاهدة	ك	%
التعرف على العالم الخارجي وما يحدث فيه	41	20.5
الإلمام بما يدور بالمجتمع المصرى من مشكلات وقضايا	58	29
التسلية والترفيه	35	17.5
التثقيف والتعرف على ثقافات المجتمعات العربية	22	11
متابعة الأحداث الرياضية	41	20.5
فوائد أخرى	3	1.5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن الإلمام بما يدور بالمجتمع المصرى من مشكلات وقضايا كانت أكبر إشباع ووظيفة إيجابية محققة، يلى ذلك فائدة التعرف على العالم الخارجي وما يحدث فيه، وهما يمثلا الوظيفة الإخبارية للقنوات الفضائية العربية، يليها متابعة الأحداث الرياضية والتسلية والترفيه، وهما معًا يمثلا الوظيفة الترفيهية للقنوات الفضائية، وأخيرا وظيفة التثقيف من خلال التعرف على ثقافات المجتمعات العربية، وبالتالى فمشاهدة القنوات الفضائية العربية تحقق العديد من الاشباعات والوظائف منها الإخبارية والترفيهية والتثقيفية، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل ما هى الوظائف والإشباعات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية؟.

ب- النتائج الإيجابية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية:

بسؤال المبحوثين عن الفوائد المترتبة على مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية، فقد أجابت نسبة 27% بأنهم تمكنوا من معرفة الأخبار التي لا يمكن بثها في القنوات الفضائية العربية من خلال مشاهدتهم للقنوات الأجنبية، بينما أجابت نسبة 30% من المبحوثين بأن مشاهدتهم أفادتهم في التعرف على العالم الخارجي وما يحدث فيه، ولقد أشارت نسبة 8 % بأن مشاهدتهم أفادتهم في تحقيق التسلية والترفيه، في حين أكدت نسبة 10% من المبحوثين بأن مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية أتاحت لهم فرصة للتواصل مع الثقافات الأجنبية المتعددة، كما أكدت نسبة 20%من المبحوثين بأن مشاهدتهم ساعدتهم على متابعة الأحداث الرياضية، وأخيراً ذكرت نسبة 5% من المبحوثين بأن مشاهدتهم حققت لهم كل ما سبق، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (14)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للفوائد المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية

الفوائد المترتبة على المشاهدة	ك	%
معرفة الأخبار التي لا يمكن بثها في القنوات الفضائية العربية	54	27
التعرف على العالم الخارجي وما يحدث فيه	60	30
التسلية والترفيه	16	8
التواصل والتعرف على الثقافات الأجنبية المتعددة	20	10
متابعة الأحداث الرياضية	40	20
فوائد أخرى	10	5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن الوظيفة الإخبارية للمشاهدة تمثل اكبر فائدة وهي تتحقق من خلال التعرف على العالم الخارجي وما يحدث به، ومعرفة الأخبار التي لا يمكن بثها في القنوات الفضائية العربيـة، أمـا الوظيفـة الترفيهية فلقد جاءت في المرتبة الثانية حيث تتحقق من خلال التسلية والترفيه، ثـم متابعة الأحداث الرياضية، أما الوظيفة الثقافية فقد جاءت ادنى الوظائف وتتحقق من خلال التواصل والتعرف على الثقافات الأجنبية المتعددة، وذلك بجانـب وظـائف أخرى، وهذا ما يؤكد على أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية تؤدى إلى العديـد من الاشباعات والوظائف الإيجابية، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل مـا هـى الوظائف والإشباعات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية؟.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أنصار البنائية الوظيفية فـي تحليلهم لوظائف عملية الاتصال، فلقد رأى "لازويل Lasswell"، و"رايـتWrighte "أن وسائل الاتصال تساعد على الإحاطة بما يدور في البيئة الخارجيـة مـن أحـداث ومراقبة هذه البيئة[1].وتتفق أيضا النتيجة السابقة مع مـا ذهـب إليـه" ماكويـل Mcquail" من أن وسائل الاتصال تعمل على نشر المعلومات حول البيئـة ممـا يزيد من الوعي بالأحداث في المجتمع وبالعالم ككل، وتوضح طبيعة العلاقات بين الدول[2].

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصل إليه "رايت" من أن وسائل الاتصال تؤدى إلى الاستمتاع وتقليل التوتر[3]، كما تتفق النتيجة السابقة مع ما توصل إليه أنـصار

---

(1) Games Lull: Media Communication & Culture: A global Approach, Op. Cit., P. 94.

(2) Denis Mc quail: Mc quails' Mass Communication Theory, Op. Cit., P. 79.

(3) Games Lull: Media Communication & Culture: A global Approach, Op. Cit., P. 94.

نظرية الاستخدامات والاستمالات فلقد ذهب كل من" كاتز Katz، وبلومر Bulmler" إلى أن وسائل الاتصال تؤدى إلى الاستمتاع والتسلية عن طريق إتاحة الفرصة أمام المشاهدين للهروب من روتين الحياة والخروج من نطاق المشكلات الشخصية، مما يقلل من التوتر والقلق حتى ولو عند مشاهدتهم لبرامج الجريمة[1].

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة فارس العزى وزميله في دراستهما بعنوان (القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي) حيث تؤدى مشاهدة القنوات الفضائية إلى اتساع الأفق، ونضج الوعي، وتحقيق التواصل مع الحضارات[2]. كما تتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة أمل محمد توفيق بعنوان (البث التليفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية)، والتى أكدت على أن مشاهدة القنوات الفضائية أدت إلى وحدة العالم وجعله قرية صغيرة[3].

كما تتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة نبيل طلب بعنوان (تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية)، والتى أكدت الدراسة على أن مشاهدة القنوات الفضائية تنمى حصيلة المشاهد المعرفية بالأحداث العالمية[4]. كما تتفق النتيجة السابقة مع ما

---

(1) Games Watson: <u>Media Communication: An Introduction to theory and Process</u>, Op. Cit., PP. 62 - 63.

(2) فارس بن محمد العزى وعبدالله حسنين: <u>القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي</u>، مرجع سابق، ص ص 355 - 362.

(3) أمل محمد توفيق: <u>البث التليفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية</u>، مرجع سابق، ص ص 167 – 206.

(4) نبيل محمد طلب: <u>تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية</u>، مرجع سابق، ص ص 401 – 402.

توصلت إليه دراسة جيهان يسرى بعنوان (استخدام الشباب المصرى للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها)، حيث توصلت إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية تساعد على الاسترخاء والاستمتاع[1].

ج- النتائج السلبية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية:

1. النتائج السلبية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

بسؤال المبحوثين عن الأضرار المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية، فلقد أجابت نسبة 47.5% بأن كشف القنوات الفضائية العربية عن الحقائق يقلل من الثقة بالمسئولين عن الوطن، بينما قد أشارت نسبة 26.5% بأن بعض القنوات الفضائية العربية يقدم أفكار تقلل من الرغبة فى المشاركة السياسية، فى حين أكدت نسبة 10.5% بأن بعض برامجها يدعم الاهتمام بالذات وحب النفس، بينما أوضحت نسبة 14% بأن برامجها تزيد من الرغبة الاستهلاكية، وأخيراً فلقد ذكرت نسبة 1.5% بأن هناك أضرار أخرى وهي:

1. كثرة الفتاوى وغياب الرقابة.
2. البعد عن الجانب الديني.
3. غير مفيدة ومضيعة للوقت.

وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) جيهان يسري: استخدام الشباب المصرى للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها، مرجع سابق، ص181.

جدول رقم (15)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقًا للأضرار المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية(*)

الأضرار المترتبة على المشاهدة	ك	%
كشفها عن الحقائق يقلل من ثقتي بالمسئولين عن الوطن	95	47.5
بعضها يقدم أفكارًا تقلل من رغبتي في المشاركة السياسية	53	26.5
تدعم بعض برامجها الاهتمام بالذات وحب النفس	21	10.5
تزيد من حدة الرغبة الاستهلاكية	28	14
أضرار أخرى	3	1.5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية يترتب عليها وظائف سلبية، منها تدعيم عدم الثقة فى المسئولين عن الوطن نتيجة الكشف عن الحقائق غير المعلنة، يليها أن بعض برامجها تقدم أفكار تقلل من الرغبة في المشاركة السياسية، وهما يؤديان إلى ضعف الانتماء والولاء السياسى لدى المشاهدين، كما أشارت البيانات الواردة بالجدول السابق إلى أن بعض برامجها تؤدى إلى حب الذات، وزيادة النزعة الاستهلاكية، وهذه النتيجة تمثل إجابة على التساؤل القائل ما هى السلبيات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية؟

وتتفق النتيجة السابقة مع ما أشار إليه بعض أنصار منظور الصراع بأن وسائل الاتصال عندما تتحرر من قبضة الطبقة الحاكمة وتستقل في عملها، تستطيع

(*) لبعض المبحوثين أكثر من اختيار حيث يرون أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية تحقق أكثر من ضرر.

أن تكشف الزيف والتبريرات الخاطئة التي تنشرها الطبقة الحاكمة[1]، مما يقلل من الثقة بالمسئولين المنتمين لهذه الطبقة. كما تتفق النتيجة السابقة مع ما ذهـب إليـه أنصار الوظيفية في القول بأن وسائل الاتصال قـد تـؤدى إلـى زيـادة الـسلبية واللامبالاة والعزوف عن المشاركة السياسية[2].

2- النتائج السلبية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية:

بسؤال المبحوثين عن الأضرار المترتبة على مـشاهدة القنـوات الفـضائية الأجنبية، فلقد أجابت نسبة 22.5% بأن المشاهدة جعلتهم يحبون المجتمعات الأجنبية عن المجتمع المصري، بينما أشارت نسبة 25.5% بأن مشاهدتهم جعلتهم يهتمـون بذاتهم عن الآخرين، في حين أكدت نسبة 20% بأن مشاهدتهم قللت من مشاركتهم في الاهتمام بحل مشاكل مجتمعهم، ولقد أوضحت نسبة 10% بأن مشاهدتهم زادت من رغبتهم الاستهلاكية، في حين ذكرت نسبة 10.5% بأن المشاهدة دعمت مـن رغبتهم في الهجرة لإحدى الدول الأجنبية، بينما أكدت نسبة 11% بأن مـشاهدتهم للقنوات الأجنبية تثير من غرائزهم الجنسية، وأخيـراً أكـدت نـسبة0.5% مـن المبحوثين أنه لا توجد أضرار ترتبت على مشاهدتهم، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) جلال مدبولي: الاتصال الإنساني والتنمية، مرجع سابق، ص63.

(2) محمود عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، مرجع سابق، ص ص52 - 56.

جدول رقم (16)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقًا للأضرار المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية

الأضرار المترتبة على المشاهدة	ك	%
جعلتني أحب المجتمعات الأجنبية عن المجتمع المصري	45	22.5
جعلتني أفضل ذاتي وأهتم بها عن الآخرين	51	25.5
أضعفت من مشاركتي في حل مشاكل مجتمعي	40	20
زيادة الرغبة الاستهلاكية	20	10
دعمت من رغبتي في الهجرة إلى إحدى الدول الأجنبية	21	10.5
إثارة الرغبة الجنسية	22	11
أضرار أخرى	1	0.5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية تؤدي إلى العديد من اللاوظائف (السلبيات)، من أكثرها الاهتمام بالذات دون الآخرين، وأقلها إثارة الرغبة الجنسية، مما يؤكد على أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية يترتب عليها العديد من السلبيات، مما يجيب على التساؤل القائل ما هي السلبيات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية؟

وتتفق النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أنصار منظور الصراع، حيث يرون أن وسائل الاتصال الحديثة تعمل على نشر قيم ومبادئ الدول المتقدمة[1]، وهذا ما قد

---

(1) سامية خضر: الشخصية المصرية: تحديات الحاضر والمستقبل المنظور، مرجع سابق، ص74.

يترتب عليه غرس قيمة الفردية وحب الذات كقيمة سائدة في الدول المتقدمة تدعوا إلى نشرها من خلال القنوات الفضائية الأجنبية، كما قد يؤدى ذلك إلى الانشقاق وعدم التوافق مع المجتمع وذلك ما أشار إليه" روبرت ميرتون Merton "ويحدث عندما يكون الاتصال غير وظيفي[1].

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة فارس الغزى وزميله بعنوان (القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي)، حيث توصلت إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية تزيد من الرغبة في الهجرة، وشيوع قيم الأنانية والفردية، وزيادة حدة الغريزة الجنسية لدى الشباب، وزيادة النزعة الاستهلاكية[2].

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه عبير شاكر في دراستها بعنوان (تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصري)، حيث توصلت إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية تزيد من الاستهلاك الترفيهي واقتناء السلع الأجنبية[3]. وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه أمل محمد توفيق في دراستها بعنوان (البث التلفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية)، حيث توصلت إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية تفجر الغرائز الجنسية[4].

---

(1) Arnold Mattelart & Michele Mattelart: Theory of Communication: A short Introduction, Op. Cit., P. 29.

(2) فارس بن محمد الغزى وعبدالله حسنين: القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي، مرجع سابق، ص ص 355 – 366.

(3) عبير شاكر. تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصري، مرجع سابق، ص 81.

(4) أمل محمد توفيق: البث التلفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص 167–206.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبدالبديع بعنوان (أثر القنوات الفضائية الوافدة على بعض قيم الأسرة المصرية)، حيث أكدت على أن مشاهدة القنوات الفضائية الوافدة تؤدى إلى زيادة الرغبة فى الهجرة الخارجية، وتفجر الغرائز والبحث عن سبل غير شرعية لإرضائها[1]. وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة ياس البياتى بعنوان (الفضائيات:الثقافة الوافدة وسلطة الصورة)، حيث رأت أن مشاهدة القنوات الفضائية تؤدى إلى زيادة النزعة الاستهلاكية[2].

ثانيًا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم القرابية:

1- مشاهدة القنوات الفضائية العربية والعلاقات الأسرية:

بسؤال المبحوثين عن مدى تأثير مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية على تدعيم علاقاتهم بأسرهم، فأجابت نسبة 35% بالموافقة إلى حد كبير، وأشارت نسبة 41% بالموافقة إلى حد ما، فى حين أشارت نسبة 24% من المبحوثين بعدم الموافقة، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) محمد عبدالبديع: أثر القنوات الفضائية الوافدة على بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص ص56 – 58.

(2) ياس خضير البياتي: الفضائيات: الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص75.

جدول رقم (17)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً لمدى الموافقة

على تدعيم مشاهدة القنوات الفضائية العربية للقيم القرابية

مدى الموافقة	ك	%
أوافق إلى حد كبير	70	35
أوافق إلى حد ما	82	41
لا أوافق	48	24
الجملة	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن أغلبية المبحوثين يوافقون على أن مشاهدتهم تدعم علاقاتهم بالأسرة، وأن أقلية هم الذين لا يوافقون على ذلك.

وبسؤال المبحوثين عن مظاهر هذا التدعيم للعلاقات الأسرية تبين أن نسبة 38.1% من المبحوثين أكدوا على أن مشاهدتهم زادت من ارتباطهم بالأسرة، بينما أشارت نسبة 34.2% بأن مشاهدتهم أوضحت أهمية الرجوع إلى الأسرة عند اتخاذ القرارات، كما أشارت نسبة 26.3% بأن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية أكدت على أهمية الوقوف مع الأسرة لحل مشكلاتها، في حين أجابت نسبة 1.4% بأن كل ما سبق يعتبر من مظاهر تدعيم مشاهدة القنوات الفضائية العربية للعلاقات الأسرية، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (18)
التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً لمظاهر تدعيم المشاهدة للعلاقة بالأسرة

مظاهر تدعيم المشاهدة للعلاقة بالأسرة	ك	%
زادت من الارتباط بالأسرة	58	38.1
أوضحت أهمية الرجوع إلى الأسرة في اتخاذ قراراتي	52	34.2
أكدت على أهمية الوقوف مع الأسرة لحل مشكلاتها	40	26.3
غير ذلك	2	1.4
الجملة	152	%100

يكشف الجدول السابق أن أغلب مظاهر تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على تدعيم العلاقة بالأسرة هو زيادة الارتباط بالأسرة.

2- مشاهدة القنوات الفضائية وقيمة الانتماء الأسري:

وعن علاقة مشاهدة القنوات الفضائية العربية بقيمة الانتماء الأسرى تبين أن نسبة 64.5% من المبحوثين لديهم انتماء أسرى قوي، وأن نسبة 34% من المبحوثين لديهم انتماء أسرى متوسط، وأن نسبة 1.5% لديهم انتماء أسرى ضعيف، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (19)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقًا لمدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قيمة الانتماء الأسري

الانتماء الأسري	ك	%
انتماء أسرى قوي	129	64.5
انتماء أسرى متوسط	68	34
انتماء أسرى ضعيف	3	1.5
الجملة	200*	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق أن غالبية المشاهدين لديهم انتماء أسرى قوى نتيجة لمشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية، مما يؤكد على أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية تدعم من قيمة الانتماء الأسري، مما يجيب على التساؤل القائل هل تؤدى مشاهدة القنوات الفضائية العربية إلى تدعيم قيمة الانتماء الأسري؟، ويؤكد على صحة الفرض القائل "يوجد ارتباط إيجابى بين مشاهدة بعض القنوات العربية وتغير قيمة الانتماء الأسري".

وتتفق النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أنصار نظرية الغرس الثقافى من أن وسائل الإعلام تعمل كوسيط للتنشئة الاجتماعية، حيث تعمل على إكساب الفرد الاتجاهات والقيم والسلوكيات المناسبة لدوره الاجتماعى ليتمكن من مسايرة جماعته الاجتماعية ويتوافق معها[1]. وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة فارس الغزى وزميله بعنوان (القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط

(1) أماني السيد فهمي: الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتليفزيون، مرجع سابق، ص221.

السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي)، حيث أكدت الدراسة أن مشاهدة هذه القنوات الفضائية أضعفت الترابط السري، حيث حولت الأسرة إلى بيئة ثانوية[1]، كما تتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة أمل محمد توفيق في دراستها بعنوان (البث التليفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية)، حيث توصلت إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية لم تؤدي إلى ضعف الترابط الأسري، فمازالت الأسرة تعمل كموجه للأفراد عند اختيارهم لزوجاتهم[2].

وتختلف مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد البديع بعنوان (أثر القنوات الفضائية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية)، حيث أكدت على أن مشاهدة القنوات الوافدة أضعفت من الانتماء الأسري[3]، كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة ياس خضير البياتي بعنوان (الفضائيات: الثقافة الوافدة وسلطة الصورة)، حيث أكدت على أن مشاهدة القنوات الفضائية أضعفت من الروابط الأسرية[4].

3- معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء الأسري:

بتحليل العلاقة بين معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية والتغير في قيمة الانتماء الأسري تبين أن في فئة قليلي المشاهدة كانت نسبة من لديهم انتماء أسري قوي 63.5%، في حين بلغت نسبة من لديهم انتماء أسري متوسط 36.5%، وفي

---

(1) فارس بن محمد الغزي وعبدالله حسين: القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي، مرجع سابق، ص345.

(2) أمل محمد توفيق: البث التليفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص ص 195-200.

(3) محمد عبدالبديع السيد: أثر القنوات الفضائية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص200.

(4) ياس خضير البياتي: الفضائيات: الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص126.

فئة كثيفي المشاهدة كانت نسبة من لديهم انتماء أسرى قوى 65.9% أما من كــان لديهم انتماء أسرى متوسط فبلغت نسبتهم 30.6%، فى حين بلغت نسبة 3.5% من المبحوثين لديهم انتماء أسرى ضعيف. وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (20)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقًا للعلاقة بين معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء الأسري

الانتماء الأسري / معدل المشاهدة	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا2 ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
قليلي المشاهدة	73	63.5	42	36.5	-	-	115	100	كا2 = 4.609
كثيفي المشاهدة	56	65.9	26	30.6	3	3.5	85	100	د. ح=2
المجموع	129	64.5	68	34	3	1.5	200	100	غير دالة

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن اختلاف المبحوثين في معــدل مشاهدتهم بجانب اختلاف قيمة الانتماء الأسرى لديهم، وبالرغم من هذا الاخــتلاف إلا أنه لم يكن ذو دلالة إحصائية، حيث أنه بتطبيق اختبار كا2 لتحديد مستوى الدلالة الإحصائية تبين أن قيمة كا2 = 4.609 عند درجة حرية (2) وهى غير دالة، ممــا يؤكد على عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة بين المبحوثين، مما يؤكد على أن اختلاف المبحوثين فى معدل مشاهدتهم للقنوات الفضائية لم يؤثر على تغير درجــة قيمة الانتماء الأسرى لديهم. وهذا ما يجيب على التساؤل القائل هل تختلف درجــة التغير فى القيم القرابية "قيمة الانتماء الأسري" باختلاف المــشاهدين فــى معــدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية؟

وتختلف النتيجة السابقة مع الفرض الرئيسي لنظرية الغرس الثقــافي القائــل بوجود علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التــى يعكــسها المــضمون التليفزيوني بحيث تؤدى المشاهدة تدريجيًا إلى تبنى القيم التــى تقــدمها البــرامج

التليفزيونية حول الواقع الاجتماعي[1].

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على عدم وجود علاقة بين كثافة المشاهدة وبين إدراك المشاهد للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية[2].

<u>4- المتغيرات الديموجرافية وقيمة الانتماء الأسري:</u>

<u>1- النوع وقيمة الانتماء الأسري:</u>

بالمقارنة بين الذكور والإناث في عينة الدراسة ومدى التغير في قيمة الانتماء الأسري تبين أن نسبة 65.3% من الذكور لديهم انتماء أسري قوي، بينما بلغت نسبة من لديهم انتماء أسري متوسط 34.7%، ولم يظهر بين الذكور من لديهم انتماء أسري ضعيف، أما بالنسبة للإناث فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسري قوي 64.4%، ومن لديهم انتماء أسري متوسط 32.9%، أما من لديهم انتماء أسري ضعيف فبلغت نسبتهم 3.7%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) Joseph. R. Dominick: <u>The Dynamics of Mass Communication</u>, Op. Cit., P. 533.

(2) صابر سليمان عسران: <u>تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري</u>، مرجع سابق، ص260.

جدول رقم (21)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقًا للعلاقة بين النوع وقيمة الانتماء الأسري

الانتماء الأسري / النوع	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا^2 ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
ذكر	77	65.3	41	34.7	-	-	118	100	كا^2 = 4.39
أنثى	52	64.4	27	32.9	3	3.7	82	100	د. ح=2 غير دالة
المجموع	129	64.5	68	34	3	1.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين نسب قيمة الانتماء الأسرى لدى الذكور والإناث، وبالرغم من ذلك لم تكن بينهم فروق ذات دلالة إحصائية، حيث تم تطبيق اختبار كا^2 على العلاقة بين النوع وقيمة الانتماء الأسري، فكانت قيمة كا^2 تساوى 4.390 عند درجة حرية تساوى (2)، وهي غير دالة إحصائيًا مما يشير إلى عدم وجود فروق جوهرية بين المبحوثين فيما يتعلق بالعلاقة بين قيمة الانتماء الأسرى والنوع، وهذا ما يؤكد على عدم وجود علاقة بين اختلاف المبحوثين في النوع ودرجة التغير في القيم القرابية "قيمة الانتماء الأسري" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "النوع"؟

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى في الريف المصري)، حيث أكدت على أن الذكور أكثر إدراكاً للنسق القيمى المقدم عبر القنوات الفضائية عن الإناث[1].

---

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى في الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

2- السن وقيمة الانتماء الأسري:

بالمقارنة بين الفئات العمرية المختلفة في عينة الدراسة والتغير في قيمة الانتماء الأسري تبين أن نسبة 59.8% ممن يقعون في الفئة العمرية(16 – 30 سنة) لديهم انتماء أسري قوي، وأن نسبة 37.1% في نفس الفئة لديهم انتماء أسري متوسط، وأن نسبة 3.1% في نفس الفئة لديهم انتماء أسري ضعيف، أما بالنسبة للفئة العمرية (31 – 45 سنة) فكانت نسبة من لديهم انتماء أسري قوي 72.4% ومن لديهم انتماء أسري متوسط 27.6%، أما في الفئة العمرية (46 – 60 سنة) فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسري قوي 50%، ومن لديهم انتماء أسري متوسط 50%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (22)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقًا للعلاقة بين السن وقيمة الانتماء الأسري

قيمة الانتماء الأسري / السن	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
من 15 – 30 سنة	58	59.8	36	37.1	3	3.1	97	100	كا² = 7.419
من 30 – 45 سنة	63	72.4	24	27.6	–	–	87	100	د. ح=4
من 45 – 60 سنة	8	50	8	50	–	–	16	100	غير دالة
المجموع	129	64.5	68	34	3	1.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين الفئات العمرية في قيمة الانتماء الأسري، إلا أنه بالرغم من هذا الاختلاف فلم تكن له دلالة، فمن خلال تطبيق اختبار كا² تبين أن قيمة كا² = 7.419 عند درجة حرية (4)، وهي غير دالة إحصائيًا، مما يؤكد على عدم وجود علاقة بين اختلاف المبحوثين في السن

ودرجة التغير في قيمة الانتماء الأسري، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم التراتبية "قيمة الانتماء الأسري" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "السن"؟

وتختلف النتيجة السابقة عما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عمران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على أن صغار السن أكثر إدراكاً للنسق القيمي المقدم في القنوات الفضائية عن كبار السن[1].

3- الحالة الزواجية وقيمة الانتماء الأسري:

بالمقارنة بين المبحوثين طبقاً لحالتهم الزواجية والتغير في قيمة الانتماء الأسري تبين أن في فئة أعزب بلغت نسبة من لديهم انتماء أسرى قوى 62.7%، ومن لديهم انتماء أسرى متوسط بلغت نسبتهم 34.7%، في حين بلغت نسبة من لديهم انتماء أسرى ضعيف 2.6%، وفي فئة متزوج تبين أن نسبة من لديهم انتماء أسرى قوى 65.8%، أما من لديهم انتماء أسرى متوسط فبلغت نسبتهم 33.3%، أما من لديهم انتماء أسرى ضعيف فبلغت نسبتهم 0.9%، وفي فئة أرمل كانت نسبة من لديهم انتماء أسرى قوى 40% ومن لديهم انتماء أسرى متوسط 60%، وفي فئة مطلق فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسرى قوى 100%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

جدول رقم (23)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقًا للعلاقة بين الحالة الزواجية وقيمة الانتماء الأسري

قيمة الانتماء الأسرى / الحالة الزوجية	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		$كا^2$ ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
أعزب	47	62.7	26	34.7	2	2.6	75	100	$كا^2$ = 4.286
متزوج	7	65.8	39	33.3	1	0.9	117	100	د. ح=6 غير دالة
أرمل	2	40	3	60	-	-	5	100	
مطلق	3	100	-	-	-	-	3	100	
المجموع	129	64.5	68	34	3	1.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن اختلاف المبحوثين في الحالة الزواجية وفي اختلاف قيمة الانتماء الأسرى لديهم، وبتطبيق اختبار الدلالة الإحصائية $كا^2$ على العلاقة بين قيمة الانتماء الأسرى والحالة الزواجية، تبين أن قيمة $كا^2$ = 4.286 عند درجة حرية (6)وهي غير دالة إحصائيًا، مما يشير إلى عدم وجود فروق فردية جوهرية بين المبحوثين في التغير في قيمة الانتماء الأسرى لاختلافهم في الحالة الزواجية، مما يؤكد على عدم وجود علاقة بين اختلاف المبحوثين في الحالة الزواجية واختلاف درجة التغير في قيمة الانتماء الأسرى نتيجة مشاهدة هذه القنوات الفضائية العربية. وهذا ما يجيب على التساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيم القرابية وقيمة الانتماء الأسرى باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "الحالة الزواجية"؟.

4- المستوى التعليمي وقيمة الانتماء الأسري:

بالمقارنة بين المبحوثين فى عينة الدراسة طبقاً للمستوى التعليمى والتغير فى قيمة الانتماء الأسري، تبين أن فئة غير المتعلمين بلغت نسبة من لديهم انتماء أسرى قوى 66.7%، ونسبة 30% لديهم انتماء أسرى متوسط ونسبة 3.3% لديهم انتماء أسرى ضعيف، أما فى فئة الحاصلين على شهادة الدبلوم أو الثانوية العامة فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسرى قوى 60%، ونسبة 38.3% لديهم انتماء أسرى متوسط، ونسبة 1.7% لديهم انتماء أسرى ضعيف، وفى فئة الحاصلين على مؤهل متوسط فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسرى قوى 75%، ونسبة 25% ممن لديهم انتماء أسرى متوسط، أما فئة الحاصلين على مؤهل جامعي، فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسرى قوى 66.7%، ونسبة 32.2% ممن لديهم انتماء أسرى متوسط، ونسبة 1.1% لديهم انتماء أسرى ضعيف، أما فئة الحاصلين على مؤهلات ما بعد الجامعية، فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسرى قوى 42.9%، ونسبة 57.1% لديهم انتماء أسرى متوسط. وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (24)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين المستوى التعليمي وقيمة الانتماء الأسري

قيمة الانتماء الأسري / المستوى التعليمي	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
غير متعلم	20	66.7	9	30	1	3.3	30	100	كا² = 4.286
ثانوية عامة أو دبلوم	36	60	23	38.3	1	1.7	60	100	د. ح=6 غير دالة
مؤهل متوسط	12	75	4	25	-	-	16	100	
مؤهل جامعي	58	66.7	28	32.2	1	1.1	87	100	
ما بعد الجامعي	3	42.9	4	57.1	-	-	7	100	
المجموع	129	64.5	68	34	3	1.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن مدى التباين بين المبحوثين في المستوى التعليمي بجانب اختلافهم في درجة الانتماء الأسري، إلا أنه بالرغم من ذلك فإن هذا الاختلاف غير دال إحصائيًا، حيث تم تطبيق اختبار كا² لتوضيح مدى أثر الاختلاف في المستوى التعليمي على تباين المبحوثين في درجة الانتماء الأسري، فتبين أن قيمة كا² = 4.196 عند درجة حرية (8) وهي غير دالة إحصائيًا، مما يؤكد على عدم وجود علاقة بين اختلاف المبحوثين في المستوى التعليمي واختلاف درجة التغير في قيمة الانتماء الأسري، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيم القرابية "قيمة الانتماء الأسري" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "المستوى التعليمي"؟

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عمران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على وجود علاقة بين المستوى التعليمي للمشاهد وإدراكه للنسق القيمي

المقدم عبر القنوات الفضائية[1]. وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبدالبديع بعنوان (أثر القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري) حيث أكدت على وجود علاقة بين المستوى التعليمي وتأثير القنوات التليفزيونية الوافدة، فالأميين أكثر ضحايا هذه القنوات عكس المتعلمين[2].

ب- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على قيمة الفردية:-

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على العلاقات الأسرية:

بسؤال المبحوثين عن مدى تأثير مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية على علاقاتهم الأسرية، أجابت نسبة 19% بأنهم يوافقون إلى حد كبير على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية أضعف من علاقاتهم الأسرية، وأجابت نسبة 40.5% بأنهم يوافقون إلى حد ما، في حين أجابت نسبة 40% بأنهم لا يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية أضعفت من علاقاتهم الأسرية، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

(2) محمد عبدالبديع: أثر القنوات الفضائية الوافدة على بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص263.

جدول رقم (25)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً لمدى الموافقة على تأثير القنوات الفضائية الأجنبية على ضعف العلاقات الأسرية

مدى الموافقة	ك	%
أوافق إلى حد كبير	39	19.5
أوافق إلى حد ما	81	40.5
لا أوافق	80	40
الجملة	200	100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية أضعفت من علاقاتهم الأسرية، في حين أن أقلية من المبحوثين لا يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية أضعفت من علاقاتهم الأسرية.

وبسؤال المبحوثين عن مظاهر أضرار مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية بالعلاقات الأسرية، فلقد أجابت نسبة 26.7% بأن مشاهدتهم جعلتهم لا يهتمون بزيارة الأسرة، وأشارت نسبة 42.5% بأن مشاهدتهم أدت إلى عدم لجوئهم إلى الأسرة لنيل مساعدتها في اتخاذ القرارات، في حين أشارت نسبة 29.1% بأن مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية جعلتهم لا يهتمون بمساعدة الأسرة في حل مشكلاتها، وأخيراً أجابت نسبة 1.7% بأن مشاهدتهم أدت إلى ما يلي:

1. زيادة اهتمام الفرد بنفسه دون الآخرين.

2. زيادة حدة الأنانية لدى والاهتمام بذاتي أولاً قبل كل شيء.

وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (26)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً لمظاهر تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على علاقة المبحوث بالأسرة

مظاهر الأضرار بعلاقة المبحوث بأسرته	ك	%
عدم الاهتمام بزيارة الأسرة	32	26.7
عدم اللجوء إلى الأسرة لنيل مساعدتها واتخاذ القرارات	51	42.5
عدم الاهتمام بمساعدة الأسرة في حل مشكلاتها	35	29.1
غير ذلك	2	1.7
الجملة	120	100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن الاعتماد على النفس وعدم اللجوء إلى الأسرة لنيل مساعدتها في اتخاذ القرارات يمثل أكثر مظاهر الأضرار التي لحقت بعلاقة المبحوث بأسرته من جراء مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية، وإن كان هذا الضرر يمثل نمط وأسلوب حياة أو مبدأ ينشأ عليه المواطن في المجتمعات الغربية ويلي ذلك كلاً من عدم الاهتمام بمساعدة الأسرة أو زيارتها.

2- مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية:

بتحليل العلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية وقيمة الفردية تبين أن قيمة الفردية لدى المبحوثين كانت قوية بنسبة 31.5%، ومتوسطة بنسبة 68.5%، وضعيفة بنسبة 0.5%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (27)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية

قيمة الفردية	ك	%
قوي	63	31.5
متوسط	136	68.5
ضعيف	1	0.5
الجملة	200	100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن ارتفاع قيمة الفردية لدى غالبية المشاهدين فى حين يمثل من لديهم قيمة الفردية ضعيفة أقلية فيما بين المشاهدين، وهذا يؤكد على خطأ الفرض القائل "هناك ارتباط سلبى بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الفردية"، كما يجيب على التساؤل القائل هل تؤدى مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية إلى تدعيم قيمة الفردية؟.

3- معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية:

وعن مدى تأثير معدل المشاهدة للقنوات الفضائية الأجنبية على قيمة الفردية لدى المبحوثين، فلقد تبين من خلال تحليل عبارات المقياس الخاصة بقيمة الفردية، تبين أن فئة قليلي المشاهدة كانت قيمة الفردية مرتفعة وقوية بنسبة 14.6%، ومتوسطة بنسبة 84.6%، وضعيفة بنسبة 0.8%، أما فئة كثيفي المشاهدة فلقد كانت قيمة الفردية قوية بنسبة 58.4%، ومتوسطة بنسبة 41.6%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (28)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقًا للعلاقة بين معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية

قيمة الفردية / معدل المشاهدة	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		$كا^2$ ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
قليل المشاهدة	18	14.6	104	84.6	1	0.8	123	100	$كا^2$ = 42.349 د. ح=2 دالة عند مستوى 0.01
كثيف المشاهدة	45	58.4	32	41.6	-	-	77	100	
المجموع	63	31.5	136	68	1	0.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن وجود تباين بين المبحوثين في معدل مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية وفي قيمة الفردية لديهم، وبتطبيق اختبار الدلالة الإحصائية $كا^2$، تبين أن قيمة $كا^2$ = 42.349 عند درجة حرية (2) وهي دالة عند مستوى 0.01 مما يشير إلى وجود فروق جوهرية بين المبحوثين في قيمة الفردية نتيجة لاختلافهم في معدل المشاهدة، وهذه النتيجة تجيب على التساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيم القرابية "قيمة الفردية" باختلاف المشاهدين في معدل المشاهدة؟

كما توضح النتيجة السابقة أن هناك علاقة ارتباط بين المشاهدة وتغير قيمة الفردية، فكلما زادت معدلات المشاهدة للقنوات الفضائية الأجنبية زادت قيمة الفردية لدى المشاهد وهذا ما يؤكد خطأ الفرض القائل "يوجد ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الفردية" ويشير إلى وجود ارتباط

إيجابى بين مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية ويجيب أيضا على التساؤل القائل هل تؤدى مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية إلى تدعيم قيمة الفردية؟

وتختلف النتيجة السابقة عما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصري)، حيث أكدت على وجود علاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك المشاهدين للنسق القيمى الذى تقدمه برامج القنوات الفضائية[1]. وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة فارس بن محمد الغزى وزميله بعنوان (القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكى في المجتمع السعودي) حيث أكدت الدراسة على أن مشاهدة القنوات الفضائية دعمت قيمة الفردية والأنانية بنسبة 67% من أفراد عينة الدراسة[2].

<u>4- المتغيرات الديموجرافية وقيمة الفردية:</u>

<u>1- النوع وقيمة الفردية:</u>

بالمقارنة بين الذكور والإناث في عينة الدراسة تبين للباحث أن قيمة الفردية جاءت لدى الذكور قوية بنسبة 27.1% ومتوسط بنسبة 72% وكانت ضعيفة بنسبة 62.2% وفى فئة الاناث فكانت قوية بنسبة 37.8%، ومتوسطة بنسبة 62.2%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) صابر سليمان عسران: <u>تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري</u>، مرجع سابق، ص260.

(2) فارس بن محمد الغزى وعبدالله حسين: <u>القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي</u>، مرجع سابق، ص53.

جدول رقم (29)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقًا للعلاقة بين النوع وقيمة الفردية

قيمة الفردية / النوع	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا2 ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
ذكر	32	27.1	85	72	1	0.8	118	100	كا2 = 3.138
أنثى	31	37.8	51	62.2	-	-	82	100	د. ح=2 غير دالة
المجموع	63	31.5	136	68	1	0.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن قيمة الفردية متوسطة لدى الذكور الإناث على الرغم من اختلافهم في النوع، وبتطبيق مقياس الدلالة الإحصائية كا2 تبين أن قيمتها تساوى 3.138 عند درجة حرية (2) وهي غير دالة إحصائيًا، مما يؤكد على أنه ليس هناك فروقًا جوهرية بين الذكور والإناث في درجة التغير في قيمة الفردية، وهذا ما يؤكد على أن اختلاف المشاهدين للقنوات الأجنبية في النوع لم يؤدى إلى اختلافهم في قيمة الفردية. وهذه النتيجة تجيب على التساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيم القرابية "الفردية" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "النوع"؟

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على أن الذكور أكثر إدراكًا للنسق القيمي المقدمة عبر القنوات الفضائية من الإناث[1].

---

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

2- السن وقيمة الفردية:

بالمقارنة بين فئات السن المختلفة ودرجة التغير في قيمة الفردية تبين أنه في الفئة العمرية من (16 – 30 سنة) كانت قيمة الفردية قوية بنسبة 38.1%، ومتوسطة بنسبة 60.8%، وضعيفة بنسبة 1%، أما في الفئة العمرية (31 – 45 سنة)، فلقد جاءت قيمة الفردية قوية بنسبة 24.1%، ومتوسطة بنسبة 75.9%، وفي الفئة العمرية (46 – 60 سنة) كانت قيمة الفردية قوية بنسبة 31.3% ومتوسطة بنسبة 68.8%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (30)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين السن وقيمة الفردية

قيمة الفردية / السن	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		$كا^2$ ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
من 15 – 30 سنة	32	27.1	85	72	1	0.8	118	100	$كا^2$ = 3.138
من 30 – 45 سنة	31	37.8	51	62.2	–	–	82	100	د. ح=2 غير
من 45 – 60 سنة	5	31.3	11	68.8	–	–	16	100	دالة
المجموع	63	31.5	136	68	1	0.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين المبحوثين في الفئات العمرية التي ينتمون لها وفي قيمة الفردية لديهم، وبالرغم من ذلك فليس لهذه الاختلافات فروق ذات دلالة إحصائية، حيث أنه بتطبيق اختبار $كا^2$ تبين أن قيمتها تساوي 5.445 عند درجة حرية

(4) وهي غير دالة إحصائيًا، مما يعني عدم وجود فروق جوهرية بين المبحوثين في قيمة الفردية نتيجة لاختلافهم في الفئة العمرية، وهذه النتيجة تمثل

إجابة للتساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيمة القرابيـــة وقيمـــة الفرديـــة باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "السن"؟

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر ســـليمان عـــمران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على أن صغار السن أكثرًا إدراكًا للنسق القيمي من كبار السن[1].

3- الحالة الزواجية وقيمة الفردية:

بالمقارنة بين المبحوثين طبقا لحالتهم الزواجية وقيمة الفردية تبين أنه في فئة أعزب جاءت قيمة الفردية قوية بنسبة 37.3% ومتوسطة بنسبة 61.3% وضعيفة بنسبة 1.3%، أما في فئة متزوج فلقد جاءت قيمة الفردية قويـــة بنـــسبة 29.9% ومتوسطة بنسبة 70.1%، أما فئة أرمل فلقد جاءت قيمة الفردية متوســـطة بنـــسبة 100%، أما فئة مطلق فقد جاءت قيمة الفردية متوسطة بنسبة 100%، وهـــذا مـــا يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

جدول رقم (31)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقًا للعلاقة بين الحالة الزواجية وقيمة الفردية

قيمة الفردية / الحالة الزواجية	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
أعزب	28	37.3	46	61.3	1	1.3	75	100	كا² = 6.860 د. ح=6 غير دالة
متزوج	35	29.9	82	70.1	-	-	117	100	
أرمل	-	-	5	100	-	-	5	100	
مطلق	-	-	3	100	-	-	3	100	
المجموع	63	31.5	136	68	1	0.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن قيمة الفردية كانت متوسطة عند جميع الفئات الزواجية ولكن بنسب مختلفة، ومن أجل توضيح مدى العلاقة بين الحالة الزواجية ودرجة التغير فى قيمة الفردية، تم تطبيق اختبار كـا²، وجـاءت قيمتها تساوى 6.860 عند درجة حرية (6) وهى غير دالة إحصائيًا، مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اختلاف المبحوثين فى حالتهم الزواجية، والتغير فى قيمة الفردية. وتمثل هذه النتيجة إجابة على التساؤل القائل هل تختلـف درجة التغير فى القيم القرابيـة "الفرديـة" بـاختلاف المـشاهدين فـى النـواحى الديموجرافية "الحالة الزواجية"؟

<u>4- المستوى التعليمى وقيمة الفردية:</u>

بالمقارنة بين المستويات التعليمية المختلفة للمبحوثين وقيمة الفردية تبين أنـه بالنسبة لفئة غير المتعلمين فقد جاءت قيمة الفردية قوية بنسبة 16.7%، ومتوسطة بنسبة 80% وضعيفة بنسبة 3.3%، أما فى فئة الحاصلين على الثانوية العامـة أو

الدبلوم فلقد جاءت قيمة الفردية قوية بنسبة 43.8%، ومتوسطة بنسبة 56.3%، وفي فئة الحاصلين على مؤهل جامعي فقد جاءت قيمة الفردية قوية بنسبة 32.2%، ومتوسطة بنسبة 67.8%، أما فئة الحاصلين على مؤهل ما بعد الجامعي فقد كانت قيمة الفردية قوية بنسبة 42.9% ومتوسطة بنسبة 57.1%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (32)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقًا للعلاقة بين المستوى التعليمي وقيمة الفردية

قيمة الفردية / الحالة الزواجية	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
غير متعلم	5	16.7	24	80	1	3.3	30	100	كا² = 9.986 د. ح=8 غير دالة
ثانوية عامة أو دبلوم	20	33.3	40	66.7	-	-	60	100	
مؤهل متوسط	7	43.8	9	56.3	-	-	16	100	
مؤهل جامعي	28	32.2	59	67.8	-	-	87	100	
مؤهل ما بعد الجامعي	3	42.9	4	57.1	-	-	7	100	
المجموع	63	31.5	136	68	1	0.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين المبحوثين في المستوى التعليمي وفي وقيمة الفردية، وبتطبيق اختبار كا² تبين أن قيمتها تساوي 9.986 عند درجة حرية(8) وهي غير دالة، مما يعني عدم وجود فروق جوهرية بين أفراد العينة في قيمة الفردية نتيجة لاختلافهم في المستوى التعليمي، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيمة القرابية "قيمة الفردية" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "المستوى التعليمي"؟

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان بعنوان(تأثير

مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصري)، حيث أكـدت على وجود علاقة بين المستوى التعليمى وإدراك المشاهدين للنسق القيمى المقـدم عبر القنوات الفضائية[1].

5- إجادة اللغات الأجنبية وقيمة الفردية:

بالمقارنة بين من يجيدون لغات أجنبية ومن لا يجيدون اللغات الأجنبية كانت قيمة الفردية قوية بنسبة 38.5% ومتوسطة بنسبة 61.5%، أما فـي فئـة مـن لا يجيدون غير العربية فجاءت قيمة الفردية قوية بنسبة 20.5%، ومتوسطة بنـسبة 78.2% وضعيفة بنسبة 1.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (33)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين مدى إجادة اللغات الأجنبية وتغير قيمة الفردية

قيمة الفردية / إجادة اللغات الأجنبية	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
يجيدون لغات أجنبية	47	38.5	75	61.5	-	-	122	100	كا² = 8.423
لا يجيدون لغات أجنبية	16	20.5	61	78.2	1	1.3	78	100	د. ح=2
المجموع	63	31.5	136	68	1	0.5	200	100	0.01 غير دالة

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن وجود تباين بين المبحوثين فى قيمة الفردية نتيجة لاختلافهم فى إجادة اللغات الأجنبية، إلا أنه بالرغم من ذلك فلم تكن هذه الفروق ذات دلالة جوهرية، حيث أنه بتطبيق اختبار كا² تبين أن قيمتهـا

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

تساوى 8.423 عند درجة حرية (2) وهى غير دالة إحصائيًا، مما يشير إلى عـدم وجود علاقة بين اختلاف المشاهدين فى إجادة اللغات الأجنبية واختلافهم فى درجة التغير فى قيمة الفردية، وهذا ما يمثل إجابة للتساؤل القائل هل تختلف درجة التغير فى القيم القرابية "قيمة الفردية" باختلاف المشاهدين فـى مـدى إجـادتهم للغـات الأجنبية؟

الفصل السادس
القنوات الفضائية
والقيم السياسة

أولا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية علــى

قيمة الولاء السياسي

ثانيا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على

قيمة الانتماء السياسي

ثالثا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على

قيمة الاغتراب السياسي

الفصل السادس

القنوات الفضائية والقيم السياسية

يهدف هذا الفصل إلى التعرف على مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم السياسية، حيث يتناول تأثير المشاهدة على قيم الولاء السياسي والانتماء السياسي والاغتراب السياسي، ويتضح ذلك من خلال الآتي:

أولاً: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قيمة الولاء السياسي:

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على حب الوطن.

بسؤال المبحوثين عن " هل أدت مشاهدتهم إلى تدعيم حبهم للوطن مصر"، فلقد أجابت نسبة 41% بأنهم يوافقون إلى حد كبير على أن المشاهدة قد زادت من حبهم للوطن مصر، كما أوضحت نسبة 40% من عينة الدراسة بأنهم يوافقون إلى حد ما على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية زادت من حبهم للوطن، في حين أشارت نسبة 19% بأنهم لا يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية زادت من حبهم للوطن مصر، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (34)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً

لمدى الموافقة تأثر مشاهدة القنوات الفضائية العربية على حب الوطن

مدى الموافقة	ك	%
أوافق إلى حد كبير	82	41
أوافق إلى حد ما	80	40
لا أوافق	38	19
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية تدعم حبهم للوطن مصر، وحب الوطن أحد أهم مؤشرات الولاء السياسي.

وعن مظاهر زيادة حب المبحوثين للوطن مصر من جراء مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية، فلقد أجابت نسبة 48.8% بأن مشاهدتهم زادت من حبهم لمصر عن أى بلد آخر، وأشارت نسبة 19.7% أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية زادت من عدم رغبتهم في ترك بلدهم تحت أى ظروف، كما أكدت نسبة 13% على دور مشاهدة القنوات الفضائية في زيادة الرغبة لديهم للمساهمة فى حل مشكلات بلدهم، كما أوضحت نسبة 18.5% بأن مشاهدتهم زادت من حبهم للوطن من خلال عدم السماح لأى شخص بإهانة بلدهم أو التقليل من وضعها، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (35)
التوزيع التكرارى لأفراد العينة
طبقًا لمظاهر تدعيم المشاهدة لحب الوطن

مظاهر حب الوطن	ك	%
زيادة حبى لمصر عن أى بلد آخر	79	48.8
عدم الرغبة فى ترك بلدى تحت أى ظروف	32	19.7
المساهمة فى حل مشكلات بلدي	21	13
عدم السماح لأى شخص بإهانة بلدى أو محاولة التقليل من وضعها	30	18.5
المجموع	162	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن زيادة حب الوطن مصر عن أي بلد آخر تمثل إجابة أغلب المبحوثين، يليها عدم الرغبة في ترك بلدي تحت أي ظروف، ثم عدم السماح لأي شخص بإهانة بلدي، أو محاولة التقليل من وضعها، ثم أخيرًا المساهمة في حل مشكلات بلدي وهي جميعها مظاهر لحب الوطن والـولاء له.

2- مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الولاء السياسي:

تبين من خلال التحليل الإحصائي للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الولاء السياسي أن نسبة 81.5% من المبحوثين لديهم ولاء سياسـي قـوي، ونسبة 18% لديهم ولاء سياسي متوسط، ونسبة 0.5% لديهم ولاء سياسي ضعيف، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (36)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقًا للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية وقيمة الولاء السياسي

قيمة الولاء السياسي	ك	%
ولاء سياسي قوي	163	81.5
ولاء سياسي متوسط	36	18
ولاء سياسي ضعيف	1	0.5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن غالبية أفراد العينـة لـديهم ولاء سياسي قوي نحو الوطن نتيجة مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربيـة، وهـذه النتيجة تجيب على التساؤل القائل هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية العربية إلـى تدعيم قيمة الولاء السياسي؟، كما تؤكد النتيجة السابقة على خطأ الفـرض القائـل

يوجد ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الـولاء السياسي؟ حيث زادت المشاهدة من قيمة الولاء السياسي لدى المبحوثين.

كما تتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد البديع بعنـوان (أثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية) حيث أكدت على أن مشاهدة القنوات الفضائية بكثافة تؤدى إلى زيادة حب الوطن والاهتمام به[1].

3- معدل المشاهدة وقيمة الولاء السياسي:

بالمقارنة بين قليلي المشاهدة وكثيفي المشاهدة للقنوات الفضائية العربية ومدى تأثير ذلك على درجة التغير في قيمة الولاء السياسي، اتضح أن فـي فئـة قليلـي المشاهدة كانت قيمة الولاء السياسي قويـة بنـسبة 80.9%، ومتوسـطة بنـسبة 18.3%، وضعيف بنسبة 0.9%، أما في فئة كثيفي المشاهدة للقنـوات الفـضائية العربية فكانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 82.4%، ومتوسطة بنسبة 17.6%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) محمد عبد البديع: أثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص226.

جدول رقم (37)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية والتغير فى قيمة الولاء السياسي

قيمة الولاء السياسي / معدل المشاهدة	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة الإحصائية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
قليلي المشاهدة	93	80.9	21	18.3	1	0.9	115	100	كا² = 0.763
كثيفي المشاهدة	70	82.4	15	17.6	-	-	85	100	د.ح = 2
المجموع	163	81.5	36	18	1	0.5	200	100	غير دالة

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين المشاهدين فـي معـدل مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأمر الذى أدى إلى تباين قيمة الولاء السياسى لـديهم، حيث ترتفع نسب قيمة الولاء السياسي لدى كثيفى المشاهدة عن قليلى المشاهدة، إلا أنه بالرغم من ذلك لم تكن لهذه الزيادة دلالة إحصائية، حيث أنه باستخدام معامـل الدلالة الإحصائية كا² تبين أن قيمة كا² = (0.763) عند درجة حريـة (2) وهـى غير دالة مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قليلى المـشاهدة وكثيفي المشاهدة من المبحوثين فى قيمة الولاء السياسى لديهم مما يجيـب علـى التساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية "الولاء السياسي" باختلاف المشاهدين فى معدل المشاهدة؟

تتفق النتيجة السابقة مع الفرض الرئيسى لنظرية الغرس الثقافى القائل بوجود علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التى تقدمها البرامج التلفزيونية حول الواقع الاجتماعي[1].

---

(1) Josebh. R. Dominick: The Dynamics Of Mass Communication, Op. Cit., P. 533

4- المتغيرات الديموجرافية وقيمة الولاء السياسي:

أ- النوع وقيمة الولاء السياسي:

بالمقارنة بين الذكور والإناث في عينة الدراسة ومدى الاختلاف بينهم في درجة تغير قيمة الولاء السياسي، فلقد تبين أن في فئة الذكور كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 80.5%، ومتوسطة بنسبة 18.6%، وكانت ضعيفة بنسبة 0.8%، وفي فئة الإناث جاءت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 82.9%، ومتوسطة بنسبة 17.1%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (38)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقا للعلاقة بين النوع وقيمة الولاء السياسي

قيمة الولاء السياسي / النوع	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة الإحصائية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
ذكر	95	80.5	22	18.6	1	0.8	118	100	كا²= 0.763
أنثى	68	82.95	14	17.1	-	-	82	100	د.ج = 2
المجموع	163	81.5	36	18	1	0.5	200	100	غير دالة

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن الإناث أكثر ولاءً من الذكور في عينة الدراسة، وبالرغم من الاختلاف في التغير في قيمة الولاء السياسي لدى الذكور والإناث، إلا أن الفرق ليس له دلالة إحصائية، حيث أنه بتطبيق اختبار كا²، تبين أن قيمة كا²= (0.796) عند درجة حرية (2) وهي غير دالة إحصائيًا، مما يشير إلى عدم وجود فروق جوهرية بين الذكور والإناث في درجة تغير قيمة الولاء السياسي لدى المبحوثين في عينة الدراسة نتيجة مشاهدتهم للقنوات الفضائية، وهذه النتيجة تمثل إجابة على التساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيمة

السياسية "قيمة الولاء السياسي" باختلاف المشاهدين فى التغيرات الديموجرافية "النوع"؟

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عمران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي فى الريف المصري)، حيث أكدت على أن الذكور أكثر إدراكاً للنسق القيمي المقدم عبر القنوات الفضائية من الإناث[1].

1. السن وقيمة الولاء السياسي:

بالمقارنة بين فئات السن المختلفة ودرجة التغير في قيمة الولاء السياسي لدى المشاهدين للقنوات الفضائية العربية في عينة الدراسة، فلقد تبين أن في الفئة العمرية (16- 30 سنة) كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 78.4%، ومتوسطة بنسبة 21.6% وفى الفئة العمرية (31- 45 سنة) كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 87.4%، ومتوسطة بنسبة 11.5%، وضعيفة بنسبة 1.1%، وفي الفئة العمرية (46- 60 سنة) كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 68.8%، ومتوسطة بنسبة 31.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

جدول رقم (39)
التوزيع التكراري لأفراد العينة
طبقًا للعلاقة بين السن وقيمة الولاء السياسي

قيمة الولاء السياسي / فئات السن	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا^2 ومستوى الدلالة الإحصائية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
من 15-30 سنة	76	78.4	21	21.6	-	-	97	100	كا^2= 6.426
من 30-45 سنة	76	87.4	10	11.5	1	1.1	87	100	د.ج = 4
من45-60 سنة	11	68.8	5	31.3	-	-	16	100	غير دالة إحصائية
المجموع	163	81.5	36	18	1	0.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين قيمة الولاء السياسي بين الفئات العمرية الثلاثة فكانت مرتفعة لدى الفئة العمرية (15-30 سنة) ومنخفضة لدى الفئة العمرية (45- 60 سنة)، وبالرغم من هذا الاختلاف إلا أن الفروق بينهم غير ذات دلالة، حيث أنه بتطبيق اختبار كا^2 تبين أن قيمة كا^2=(6.426) عند درجة حرية (4) وهي غير دالة إحصائيًا مما يؤكد على عدم وجود فروق ذات دلالة بين الفئات العمرية المختلفة، ودرجة التغير في قيمة الولاء السياسي، وهذا ما يؤكد على أن التغير في قيمة الولاء السياسي يتأثر باختلاف المشاهدين من عينة الدراسة في السن، وهذه النتيجة تمثل إجابة على التساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية "قيمة الولاء السياسي" باختلاف المشاهدين في المتغيرات الديموجرافية "السن"؟

تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عمران بعنوان (تأثير مضمون القنوات_الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري) حيث أكدت على أن صغار السن أكثر إدراكاً للنسق القيمي من كبار السن[1].

---

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

2. الحالة الزواجية وقيمة الولاء السياسي:

بالمقارنة بين أفراد العينة حسب حالتهم الزواجية ودرجة التغير في قيمة الولاء السياسي، تبين أن في فئة الأعزب جاءت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 80%، ومتوسطة بنسبة 20%، أما في فئة المتزوج فكانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 82.9%، ومتوسطة بنسبة 17.1%، أما في فئة الأرمل، فلقد كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 80%، ومتوسطة بنسبة 20%، أما في فئة المطلق، فلقد كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 66.7%، وضعيفة بنسبة 33.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (40)
التوزيع التكراري لأفراد العينة
طبقا للعلاقة بين الحالة الزواجية وقيمة الولاء السياسي

قيمة الولاء السياسي / الحالة الزواجية	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا2 ومستوى الدلالة الإحصائية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
أعزب	60	80	15	20	-	-	75	100	كا2= 66.569 د.ج= 6 دالة عند مستوى 0.01
متزوج	97	82.9	20	17.1	-	-	117	100	
أرمل	4	80.00	1	20	-	-	5	100	
مطلق	2	66.7	-	-	1	33.3	3	100	
المجموع	163	81.5	36	18	1	0.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق على وجود اختلاف في قيمة الولاء السياسي لدى المشاهدين من أفراد العينة نتيجة لاختلافهم في الحالة الزواجية، وبتطبيق اختبار كا^2 لتحديد مدى دلالة الاختلاف بينهم، تبين أن قيمة كا^2= (66.569)، عند درجة حرية (6) وهي دالة عند مستوى 0.01، مما يشير إلى

وجود اختلافات ذات دلالة جوهرية بين المبحوثين من أفراد العينة في تغير قيمة الولاء السياسي لديهم نتيجة مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية ولختلافهم في الحالة الزواجية، مما يعني أن الاختلاف في الحالة الزواجية أدى إلى تباين قيمة الولاء السياسي بين المبحوثين، وهذه النتيجة تمثل إجابة للتساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية "قيمة الولاء السياسي" باختلاف المشاهدين في المتغيرات الديموجرافية "الحالة الزواجية"؟).

3- المستوى التعليمي وقيمة الولاء السياسي:

بالمقارنة بين الفئات التعليمية المختلفة من المشاهدين من عينة الدراسة في قيمة الولاء السياسي، تبين أن في فئة غير المتعلمين كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 93.3%، ومتوسطة بنسبة 6.7%، أما في فئة الحاصلين على الدبلوم أو الثانوية العامة فكانت قيمة الولاء السياسي مرتفعة بنسبة 73.3%، ومتوسطة بنسبة 25%، وضعيفة بنسبة 1.7%، أما فئة الحاصلين على مؤهل ما بعد الجامعي، فكانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 85.7% ومتوسطة بنسبة 14.3%، وهذا ما يتضح من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (41)
التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين المستوى التعليمي وقيمة الولاء السياسي

قيمة الولاء السياسي / المستوى التعليمي	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة الإحصائية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
غير متعلم	28	93.3	2	6.7			30	100	كا²= 7.530 د.ج= 8 غير دالة
ثانوية عامة أو دبلوم	44	73.3	15	25	1	1.7	60	100	
مؤهل متوسط	14	87.5	2	12.5	-	-	16	100	
مؤهل جامعي	71	81.6	16	18.4	-	-	87	100	
ما بعد الجامعي	6	85.7	1	14.3	-	-	7	100	
المجموع	163	81.5	36	18	1	0.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن اختلاف قيمة الولاء السياسي لدى المبحوثين مع اختلافهم في المستوى التعليمي، وبالرغم من ذلك لم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية حيث أنه بتطبيق اختبار كا² تبين أن قيمتها تساوى (7.530) عند درجة حرية (8) وهي غير دالة إحصائيًا، مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة جوهرية، ويؤكد على أن اختلاف المشاهدين من عينة الدراسة في المستوى التعليمي قد يؤدي إلى التباين في قيمة الولاء السياسي، وهذا يمثل إجابة على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية "قيمة الولاء السياسي" باختلاف المشاهدين في المتغيرات الديموجرافية "المستوى التعليمي"؟).

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عمران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري) من أن هناك علاقة بين المستوى التعليمي وإدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية[1]. كما تتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة

---

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

محمد عبد البديع بعنوان (أثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قـيم الأسـرة المصرية) حيث توصلت إلى أن الأميين أكثر تأثرا سلبيا بـالقنوات الوافـدة مـن المتعلمين[1].

ثانيًا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قيمة الانتماء السياسي:

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على علاقة المشاهد بالمجتمع المصري:

بسؤال المبحوثين عما إذا كانت مشاهدتهم للقنوات الفضائيات العربية أدت إلى تقوية علاقاتهم بالمجتمع المصرى، فقد أجابت نسبة 37.5% بالموافقة إلـى حـد كبير، وأجابت نسبة 41% بالموافقة إلى حد ما، في حين أجابت نسبة 21.5% بأنهم لا يوافقون على أن مشاهدتهم لبعض القنوات الفضائية العربيـة تـدعم أو تقـوى علاقاتهم بالمجتمع المصري، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (42)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقًا للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية وعلاقة المشاهدين بالمجتمع المصري

الموافقة	ك	%
أوافق إلى حد كبير	75	37.5
أوافق إلى حد ما	82	41
لا أوافق	43	21.5
المجموع	200	%100

---

(1) محمد عبد البديع: أثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص226.

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن أغلب المشاهدين من عينـــة الدراسة يوافقون على أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية تــدعم مــن علاقــاتهم بالمجتمع المصري.

وعن مظاهر هذا التدعيم فلقد وجد الباحث من خلال سؤال المبحــوثين، أن نسبة 51.6 من عينة الدراسة أجابت بأن المشاهدة زادت من حبه للوطن مــصر، وأشارت نسبة 19.1% بأنها دعمت من عدم الرغبة فى الهجرة وترك بلدى مصر، فى حين أكدت نسبة 26.7% بأنها دعمت من سعي نحــو المــشاركة فــى حــل مشكلات أبناء المجتمع، كما أشارت نسبة 2.6% بأنها دعمت من السعي نحو تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية، وهذا يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (43)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقًا

لمظاهر تدعيم المشاهدة لعلاقة المشاهد بالمجتمع المصري

المظاهر	ك	%
زيادة حبي لوطني مصر	81	51.6
عدم الرغبة في الهجرة إلى بلد آخر وترك مصر	30	19.1
سعي الدائم نحو مساعدة أبناء مجتمعي في حل مشكلاتهم	42	26.7
سعي الدائم نحو تقديم مصلحة المجتمع على مصالحي الشخصية	4	2.6
المجموع	157	100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن مشاهدة القنوات الفــضائية العربية قد دعمت من علاقة المشاهدين بالمجتمع، فلقد زادت من ولاءهــم للــوطن حيث زادت من حبهم للوطن مصر بنسبة 51.6%، كما أنها دعمت من المــشاركة فى حل مشكلات أبناء المجتمع وزادت من ارتباط المشاهد بوطنه.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أنصار البنائية الوظيفية من أن وسائل الاتصال تؤدى إلى تعبئة الجماهير عن طريق مشاركتهم فى الاهتمامات المجتمعية فى مجالات السياسة، كما تحقق الترابط بين أفراد المجتمع من خلال الوعى بالأحداث والتأكيد على ضرورة المحافظة على النظام(1).

2- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على المشاركة السياسية:

ومن ناحية أخرى وبسؤال المبحوثين عن هل أدت مشاهدتهم للأنشطة السياسية المقدمة عبر القنوات الفضائية العربية إلى زيادة اهتمامهم بالمشاركة السياسية لبلدهم، فلقد أجابت نسبة 29.5% بالموافقة إلى حد كبير، وأجابت نسبة 41.5% بالموافقة إلى حد ما، فى حين أشارت نسبة 28% بعدم الموافقة، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (44)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية والمشاركة السياسية

مدى الموافقة	ك	%
أوافق إلى حد كبير	59	%29.5
أوافق إلى حد ما	83	%41.5
لا أوافق	58	%29
المجموع	200	100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق على أن غالبية المشاهدين يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية تدعم مشاركتهم

(1) Dens Maquail: Maquails' Mass Communication Theory, OP. Cit., P. 79.

السياسية، وتعد المشاركة السياسية من أقوى مؤشرات الانتماء السياسى ومن ثم نعتبر مشاهدة القنوات الفضائية مدعمة للانتماء السياسي.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد البديع بعنوان (أثر القنوات التليفزيونية الوافدة فى بعض قيم الأسرة المصرية) حيث أوضحت أن المشاهدة تؤكد على أهمية المشاركة السياسية[1]. كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة" سيكوفيل داتيرا Scheufele A. Dietra" بعنوان (من يهتم بالسياسات المحلية)، حيث توصلت إلى أن التليفزيون يلعب دوراً هاماً فى تدعيم قيمة المشاركة السياسية[2]

وبسؤال المبحوثين عن مظاهر مشاركتهم فى الحياة السياسية، تبين للباحث أن نسبة 48.6% يشاركون في الانتخابات، وأن نسبة 28.2% جعلتهم المشاهدة يهتمون بمعرفة الأحداث والقضايا السياسية محليًا ودوليًا، وأن نسبة 22.5% يشاركون سياسيًا من خلال الانضمام لحزب سياسي، وأن نسبة 0.7% يشاركون من خلال تقلد منصبًا سياسيًا، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) محمد عبد البديع: أثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص226.

(2) Scheufele A. Dietra, etal: **Who Cares about Local politics?**, Op. Cit, PP 432-439.

جدول رقم (45)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً لمظاهر المشاركة السياسية

مظاهر المشاركة السياسي	ك	%
المشاركة في الانتخابات	69	48.6
الاهتمام بمعرفة الأحداث والقضايا السياسية	40	28.2
الانضمام لحزب سياسي	32	22.5
تقلد منصب سياسي	1	0.7
المجموع	142	100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن المشاركة في الانتخابات من أكثر مظاهر المشاركة السياسية لدى أفراد العينة يليها الاهتمام بمعرفة الأحداث والقضايا السياسية، ثم الانضمام لحزب سياسي وأخيراً تقلد منصب سياسي.

وبسؤال المبحوثين عن أي الانتخابات شاركوا فيها فلقد أجابت نسبة 2.9% شاركوا في الاستفتاء على المادة 76، كما أشارت نسبة 18.8% بأنهم شاركوا في الانتخابات الرئاسية سبتمبر 2005، كما أشارت نسبة 43.5% بأنهم شاركوا في انتخابات مجلس الشعب نوفمبر 2006، كما أكدت نسبة5.8% بأنهم شاركوا في الاستفتاء على التعديلات الدستورية مارس 2007، وأخيراً أكدت نسبة 29% بأنهم شاركوا في كل ما سبق، هذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (46)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقًا لنوع الانتخابات التي شاركوا فيها

نوع الانتخابات	ك	%
الاستفتاء على المادة 76	2	2.9
الانتخابات الرئاسية سبتمبر 2005	13	18.8
انتخابات مجلس الشعب نوفمبر 2006	30	43.5
الاستفتاء على التعديلات الدستورية مارس 2007	4	5.8
المشاركة في كل ما سبق	20	29
المجموع	69	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن انتخابات مجلس الشعب نوفمبر 2006، من أكثر الانتخابات التي شارك فيها أفراد العينة، ويرجع ذلك إلى أن انتخابات مجلس الشعب يعد لها من ذي قبل بفترة طويلة، كما أن الجمهور لديه خلفية تاريخية عنها ويدفعه انتماؤه إلى ضرورة المشاركة، في حين جاء الاستفتاء على المادة 76 والاستفتاء على التعديلات الدستورية مارس 2007 بأقل نسب المشاركة السياسية.

وبسؤال المبحوثين على مدى الانتماء الحزبي، فلقد أجابت نسبة 16% بأنهم ينتمون لأحزاب سياسية، في حين أشارت نسبة 84% بأنهم لا ينتمون لأحزاب سياسية، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (47)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقًا للانتماء الحزبي

مدى الانتماء الحزبي	ك	%
نعم	32	16
لا	168	84
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن ضعف المشاركة السياسية من خلال الانتماء الحزبى فى حين ارتفعت فى حالة الانتخابات.

وبسؤال المبحوثين عن ما هو الحزب السياسى الذى ينتمون إليه، فلقد أجابت نسبة 84.3% بأنهم ينتمون للحزب الوطنى الديمقراطى، وأن نسبة 6.2% ينتمون للحزب الناصرى، وأن نسبة 6.2% ينتمون لحزب الوفد، فى حين أشارت نسبة 3.1% بأنهم ينتمون لحزب الأحرار، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالى:

جدول رقم (48)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقًا لنوع الحزب السياسى المنتمى إليه المشاهد

الحزب السياسي	ك	%
الحزب الوطني	27	84.3
الحزب الناصري	2	6.2
حزب الوفد	2	6.2
حزب الأحرار	1	3.1
المجموع	32	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن الحزب الوطنى أكثر الأحزاب السياسية جذبًا للأعضاء من عينة الدراسة باعتباره الحزب الحاكم، فى حين تضاءلت نسبة العضوية فى الأحزاب الأخرى.

ومن ناحية أخرى بسؤال المبحوثين ممن يوافقون على أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية لا تدعم من علاقاتهم بالمجتمع المصرى، عن مظاهر عدم التدعيم، فقد أجابت نسبة 32.5% بأن المشاهدة زادت من عدم الرغبة فى المشاركة فى الأنشطة السياسية، وأن نسبة 32.5% بأنها زادت من رغبتهم فى الهجرة الدائمة من مصر، كما أكدت نسبة 9.3% أن مشاهدتهم أدت إلى عدم الاهتمام بمصالح الآخرين، وأخيرًا أكدت نسبة 25.6% بأن مشاهدتهم زادت من عدم ثقتهم بالمسئولين، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول (49)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقًا للأضرار المترتبة على علاقة المشاهد

بالمجتمع المصرى نتيجة مشاهدة القنوات الفضائية العربية

الأضرار	ك	%
عدم الرغبة فى المشاركة فى الأنشطة السياسية	14	32.5
الرغبة الدائمة فى الهجرة من مصر	14	32.5
عدم الاهتمام بمصالح الآخرين	4	9.3
زيادة عدم ثقتي بالمسئولين	11	25.6
المجموع	43	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن عدم الرغبة فى المشاركة فى الأنشطة السياسية والرغبة الدائمة فى الهجرة من مصر من أبرز الأضرار التى

لحقت بغير الموافقون على تدعيم المشاهدة للمشاركة السياسية، يلي ذلك عدم الثقة بالمسئولين.

3- مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الإنتماء السياسي:

بتوزيع المبحوثين طبقًا للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء السياسي، تبين للباحث أن قيمة الانتماء السياسي كانت قوية بنسبة 49%، ومتوسطة بنسبة 49.5%، وضعيفة بنسبة 1.5%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (50)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقًا للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء السياسي

درجة الانتماء السياسي	ك	%
قوي	98	49
متوسط	99	49.5
ضعيف	3	1.5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن غالبية أفراد عينة الدراسة ذوي انتماء سياسي قوي، في حين تضاءلت نسبة ذوي الانتماء السياسي الضعيف، وهذا يوضح أن مشاهدة القنوات الفضائية تدعم من قيمة الانتماء السياسي، مما يمثل إجابة على التساؤل القائل (هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية العربية إلى تدعيم قيمة الانتماء السياسي؟) كما أن النتيجة السابقة تؤكد على خطأ الفرض القائل (يوجد ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الانتماء السياسي؟).

تتفق النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أنصار نظرية الغرس الثقافي من أن وسائل الإعلام تعمل كوسيط للتنشئة الاجتماعية حيث تعمل على إكساب الفرد الاتجاهات والقيم والسلوكيات المناسبة لدوره الاجتماعي لتمكينه من مسايرة جماعته الاجتماعية والتوافق معها[1].

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة هاني العربي بعنوان (المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب)، حيث توصلت إلى أن مشاهدة الفضائيات أدت إلى القضاء على قيمة الانتماء لدى الشباب من خلال ما تقدمه من أنماط للشخصية المتمردة والمستهترة[2].

4- معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء السياسي:

بالمقارنة بين قليلي المشاهدة وكثيفي المشاهدة في درجة الانتماء السياسي، تبين أن فئة قليلي المشاهدة كانت لديهم قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 50.4%، ومتوسطة بنسبة 48.7%، وضعيفة بنسبة 0.9%، أما فئة كثيفي المشاهدة فكانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 47.1%، ومتوسطة بنسبة 50.6%، وضعيفة بنسبة 2.4%، هذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) أماني السيد فهمي: الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتليفزيون، مرجع سابق، ص221.

(2) هاني العربي. المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب، مرجع سابق، ص68.

جدول رقم (51)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً للعلاقة

بين معدل مشاهدة (ق.ع) وقيمة الانتماء السياسي

قيمة الانتماء السياسي / معدل المشاهدة	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة الإحصائية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
قليلى المشاهدة	58	50.4	56	48.7	1	0.9	115	100	كا²= 0.866
كثيفى المشاهدة	40	47.1	43	50.6	2	2.4	85	100	د.ج= 2 غير
المجموع	98	49	99	49.5	3	1.5	200	100	دالة

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن تباين المبحوثين فى معدل المشاهدة وكذلك تباينهم فى قيمة الانتماء، وبالرغم من وجود فروق ضئيلة بين قليلى المشاهدة وكثيفى المشاهدة فى قيمة الانتماء، إلا أنها لم تكن ذات دلالة جوهرية، حيث أنه بتطبيق لختبار الدلالة الإحصائية كا² تبين أن قيمة كا²= (0.866) عند درجة حرية (2) وهى غير دالة إحصائيًا، فمع كثافة المشاهدة يتضاءل الانتماء السياسى إلا أن هذه الفروق بين قليلى المشاهدة وكثيفى المشاهدة، لم تكن ذات دلالة إحصائية.

وهذا يؤكد على أن اختلاف المشاهدين فى معدل المشاهدة قد يؤدى إلى اختلاف درجة الانتماء السياسى لديهم، مما يمثل إجابة على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية "قيمة الانتماء السياسي" باختلاف المشاهدين فى معدل المشاهدة؟)

تختلف النتيجة السابقة مع الفرض الرئيسى لنظرية الغرس الثقافى القائل بوجود علاقة ايجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التى يعكسها المضمون التليفزيونى، بحيث تؤدى المشاهدة تدريجياً على تبنى القيم التى تقدمها البرامج

التليفزيونية حول الواقع الاجتماعي[1].

5- المتغيرات الديموجرافية وقيمة الانتماء السياسي:

أ. النوع وقيمة الانتماء السياسي:

بالمقارنة بين المشاهدين من حيث النوع وعلاقته بقيمة الانتماء السياسي، تبين أن في فئة الذكور كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 49.2%، ومتوسطة بنسبة 50%، وضعيفة بنسبة 0.8%، أما في فئة الإناث فكانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 48.8%، ومتوسطة بنسبة 48.8%، وضعيفة بنسبة 2.4%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (52)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقًا للعلاقة بين النوع وقيمة الانتماء السياسي

قيمة الانتماء السياسي / النوع	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة الإحصائية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
ذكر	58	49.2	59	50	1	0.8	118	100	كا²= 0.833
أنثى	40	48.8	40	48.8	2	2.4	82	100	د.ج= 2 غير
المجموع	98	49	99	49.5	3	1.5	200	100	دالة

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين المشاهدين في قيمة الانتماء السياسي مع تباينهم في النوع، وبتطبيق اختبار كا² لتحديد مستوى الدلالة

(1) Joseph R Dominick: <u>The Dynamics of Mass Communication</u>, Op. Cit., P 533.

نتيجة التباين، تبين أن قيمة كا² (833)، عند درجة حرية (2) وهى غير دالة، مما يشير إلى أن الفرق بين المبحوثين فى النوع لم يؤدى إلى فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في قيمة الانتماء السياسي. وهذا ما يمثل إجابة على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية "قيمة الانتماء السياسي" باختلاف المشاهدين فى النواحى الديموجرافية "النوع"؟).

فالذكور أكثر انتماءاً من الإناث نتيجة مشاهدتهم للقنوات العربية الفضائية، وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عمران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصري) حيث أكدت على أن الذكور أكثر إدراكاً للنسق القيمى المقدم عبر القنوات الفضائية من الإناث[1].

2- السن وقيمة الانتماء السياسي:

بالمقارنة بين المبحوثين فى فئات السن المختلفة وقيمة الانتماء السياسى لدى كل فئة، تبين أنه فى الفئة العمرية من (15-30 سنة) كانت قيمة الانتماء السياسى قوية بنسبة 50.5%، ومتوسطة بنسبة 46.6%، وضعيفة بنسبة 3.1%، أما فى الفئة العمرية من (30-45 سنة) كانت قيمة الانتماء السياسى قوية بنسبة 48.3%، ومتوسطة بنسبة 51.7%، وفى الفئة العمرية من (45-60 سنة) كانت قيمة الانتماء السياسى قوية بنسبة 43.8%، ومتوسطة بنسبة 56.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

جدول رقم (53)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين فئات السن وقيمة الانتماء السياسي

قيمة الانتماء السياسي / فئات السن	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا2 ومستوى الدلالة الإحصائية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
من 15- 30 سنة	49	50.5	45	46.4	3	3.1	97	100	كا2= 3.754 د.ج= 4 غير دالة
من 30-45 سنة	42	48.3	45	51.7	-	-	87	100	
من 45-60 سنة	7	43.8	9	56.3	-	-	16	100	
المجموع	98	49	99	49.5	3	1.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن ارتفاع قيمة الانتماء السياسى لدى فئتى السن من (30-45 سنة)، وفئة السن من (45-60 سنة)، عن فئة السن من (15-30 سنة)، وبالرغم من هذا الاختلاف بينهم، إلا أنه لم يكن ذا دلالة، حيث أنه بتطبيق اختبار كا^2 تبين أن قيمة كا^2=(3.754)، عند درجة حرية (4) وهى غير دالة إحصائيًا، مما يشير إلى عدم وجود فروق جوهرية بين فئات السن المختلفة من عينة الدراسة ودرجة التغير فى قيمة الانتماء السياسى، وهذا ما يمثل إجابة على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية "قيمة الانتماء السياسي" باختلاف المشاهدين فى النواحى الديموجرافية "السن"؟).

فكبار السن أكثر انتماءاً من صغار السن، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عمران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصري) حيث أكدت على أن صغار السن أكثر إدراكاً للنسق القيمى من كبار السن[1].

---

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

3- الحالة الزواجية وقيمة الانتماء السياسي:

بالمقارنة بين المبحوثين من حيث الحالة الزواجية ودرجة التغير في قيمة الانتماء السياسي، تبين أنه في فئة الأعزب كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 48%، ومتوسطة بنسبة 48%، وضعيفة بنسبة 4%، أما في فئة المتزوج فكانت قيمة الانتماء السياسي كبيرة بنسبة 48.7%، ومتوسطة بنسبة 51.3%، وفي فئة الأرمل كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 60%، ومتوسطة بنسبة 40%، أما في فئة المطلق فكانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 66.7%، ومتوسطة بنسبة 33.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (54)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقًا للعلاقة بين الحالة الزواجية وقيمة الانتماء السياسي

الانتماء السياسي / الحالة الزواجية	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة الإحصائية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
أعزب	36	48	36	48	3	4	75	100	كا²= 5.690
متزوج	57	48.7	60	51.3	-	-	117	100	د.ج= 6
أرمل	3	60	2	40	-	-	5	100	غير دالة إحصائيًا
مطلق	2	66.7	1	33.3	-	-	3	100	
المجموع	98	49	99	49.5	3	1.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين قيمة الانتماء السياسي لدى المبحوثين، مع تباينهم في حالتهم الزواجية، وبتطبيق اختبار كا² لتحديد دلالة هذا التباين، اتضح أن قيمة كا²= (5.690) عند درجة حرية (6) وهي غير دالة إحصائيًا، مما يؤكد على أن الفروق بين المبحوثين في قيمة الانتماء السياسي نتيجة

اختلافهم في الحالة الزواجية ليست ذات دلالة جوهرية، فالاختلاف في الحالة الزواجية لم يؤدي إلى تباين في قيمة الانتماء السياسي، مما يجيب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية "قيمة الانتماء السياسي" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "للحالة الزواجية"؟).

4. المستوى التعليمي وقيمة الانتماء السياسي:

بالمقارنة بين المبحوثين من حيث المستوى التعليمي وأثره على درجة التغير في قيمة الانتماء السياسي تبين أنه في فئة غير المتعلمين، كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 50%، ومتوسطة بنسبة 46.7%، وضعيفة بنسبة 3.3%، أما في فئة الحاصلين على الثانوية العامة أو الدبلوم فكانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 53.3%، ومتوسطة بنسبة 43.3%، وضعيفة بنسبة 3.3%، وفي فئة الحاصلين على مؤهل متوسط كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 56.3%، ومتوسطة بنسبة 43.8%، أما في فئة الحاصلين على مؤهل جامعي فكانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 47.1%، ومتوسطة بنسبة 52.9%، أما في فئة الحاصلين على مؤهل ما بعد الجامعي، فكانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 14.3%، ومتوسطة بنسبة 85.7%. وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (55)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين المستوى التعليمي وقيمة الانتماء السياسي

الولاء السياسي / المستوى التعليمي	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة الإحصائية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
غير متعلم	15	50	14	46.7	1	3.3	30	100	كا²= 8.529
دبلوم أو ثانوية عامة	32	53.3	26	43.3	2	3.3	60	100	د.ج= 8
مؤهل متوسط	9	56.3	7	43.8	–	–	16	100	غير دالة
مؤهل جامعي	41	47.1	46	52.9	–	–	87	100	
مؤهل ما بعد الجامعي	1	14.3	6	85.7	–	–	7	100	
المجموع	98	49	99	49.5	3	1.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن اختلاف درجة التغير فى قيمة الانتماء السياسى مع اختلاف المشاهدين فى المستوى التعليمي، وبالرغم من هـذا الاختلاف إلا أنه لم يكن ذا دلالة إحصائية حيث أنه بتطبيق اختبار كـا² تبـين أن قيمتها تساوي(8.529) عند درجة حرية (8) وهى غير دالة إحصائياً، ممـا ينفـى وجود فروق ذات دلالة جوهرية بين المبحوثين فى درجة التغير فى قيمة الانتمـاء السياسى نتيجة لاختلافهم فى المستوى التعليمي، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية" قيمة الانتمـاء الـسياسي" بـاختلاف المشاهدين فى النواحى الديموجرافية "المستوى التعليمي"؟)، مما يشير إلى أن ارتفاع المستوى التعليمى يزيد من قيمة الانتماء السياسى لدى المشاهدين فالمتعلمين أكثـر انتماءاً من غير المتعلمين، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد البديع بعنوان (أثر القنوات التليفزيونية الوافدة فى بعض قيم الأسرة المصرية) حيث توصلت إلى أن هناك علاقة بين المستوى التعليمى ودرجة التأثير، فالأميين أكثـر

تأثراً سلبياً بالقنوات الوافدة من المتعلمين[1].

كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصري) حيث أكدت على وجود علاقة بين المستوى التعليمى وإدراك المشاهدين للنسق القيمى الذى تقدمه برامج القنوات الفضائية[2].

ثالثاً: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على قيمة الاغتراب السياسي:

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على علاقة المشاهد بالمجتمع المصري:

بسؤال المبحوثين عن هل أدت مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية إلى ضعف علاقتهم بالمجتمع المصري، فلقد أجابت نسبة 41.5% بالموافقة إلى حد كبير، وأجابت نسبة 13.5% بالموافقة إلى حد ما، وأجابت نسبة 45% بعدم الموافقة، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) محمد عبد البديع: أثر القنوات التليفزيونية الوافدة فى بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص226.

(2) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

جدول رقم (56)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً لمدى الموافقة على تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية

على علاقة المشاهد بالمجتمع المصري

مدى الموافقة	ك	%
أوافق إلى حد كبير	83	41.5
أوافق إلى حد ما	27	13.5
لا أوافق	90	45
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة بالجدول السابق عن أن أغلب المبحوثين يوافقون على أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية تؤثر على علاقاتهم بالمجتمع المصري، وبسؤالهم عن مظاهر هذا التأثير، فلقد أجابت نسبة 36.3% بأن مشاهدتهم زادت من عدم اكتراثهم بمشكلات المجتمع المصري، كما أوضحت نسبة 33.6% بأن مشاهدتهم زادت من رغبتهم في الهجرة وعدم البقاء في مصر، كما أكدت نسبة 11.8% بأن مشاهدتهم زادت من رغبتهم في عدم التعاون مع أبناء مجتمعهم للنهوض به، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (57)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً

لمظاهر إضرار مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية

بعلاقة المشاهد بالمجتمع المصري

مظاهر إضرارها بعلاقة المشاهد بالمجتمع	ك	%
الاهتمام بالأحداث العالمية بدلاً من الأحداث المحلية	40	36.3
عدم الاكتراث بمشكلات المجتمع المصري	20	18.1
زيادة الرغبة في الهجرة وعدم البقاء في مصر	37	33.6
زيادة عدم الرغبة في التعاون مع أبناء مجتمعي للنهوض به	13	11.8
المجموع	110	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن هناك مظاهر مختلفة للأضرار الناجمة عن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية في علاقة المشاهد بالمجتمع المصري.

2- مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الاغتراب السياسي:

بتحليل العلاقة بين مشاهدة القنوات الأجنبية وقيمة الاغتراب السياسي، تبين أن قيمة الاغتراب السياسي كانت قوية بنسبة 28.5%، ومتوسطة بنسبة 67.5%، وضعيفة بنسبة 4%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (58)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين

مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الاغتراب السياسي

قيمة الاغتراب السياسي	ك	%
قوي	57	28
متوسط	135	67.5
ضعيف	8	4
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن أغلب أفراد العينة لديهم قيمة الاغتراب السياسى قوية ومتوسطة نتيجة لمشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية، مما يؤكد على صحة الفرض القائل (يوجد ارتباط إيجابى بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الاغتراب السياسي)، كما يجيب على التساؤل القائل (هل تؤدى مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية إلى تدعيم قيمة الاغتراب السياسي؟).

تختلف النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أنصار الوظيفية من أن وسائل الاتصال تقلل من حالة تضارب القيم أو الأنوميا الاجتماعية من خلال توحيد المعايير[1].كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد البديع بعنوان(أثر القنوات التليفزيونية الوافدة فى بعض قيم الأسرة المصرية) حيث توصلت إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية تؤدى إلى زيادة الشعور بالاغتراب عن الوطن[2].

---

(1) محمود عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، مرجع سابق، ص55.

(2) محمد عبد البديع أثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص226.

كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة ياس البياتي بعنوان (الثقافة الوافدة وسلطة الصورة) حيث توصلت إلى أن مشاهدة الفضائيات تزيد من الشعور بالاغتراب[1]، كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة هاني العربي بعنوان (المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب) حيث توصلت إلى أن مشاهدة الفضائيات زادت من الشعور بالاغتراب[2].

3- معدل المشاهدة وقيمة الاغتراب السياسي:

من خلال المقارنة بين قليلي المشاهدة للقنوات الفضائية الأجنبية وكثيفي المشاهدة، تبين أنه في فئة قليلي المشاهدة كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 18.7%، ومتوسطة بنسبة 78.9%، وضعيفة بنسبة 2.4%، أما في فئة كثيفي المشاهدة فقد كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 44.2%، ومتوسطة بنسبة 67.5%، وضعيفة بنسبة 4%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (59)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقًا للعلاقة بين معدل المشاهدة وقيمة الاغتراب السياسي

الاغتراب السياسي / معدل المشاهدة	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		قيمة كا2
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
قليلي المشاهدة	23	18.7	97	78.9	3	2.4	123	100	كا2 = 18.824 د.ح= 2
كثيفي المشاهدة	34	44.2	38	49.4	5	6.5	77	100	
المجموع	57	28.5	135	67.5	8	4	200	100	

---

(1) ياس البياتي: الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص75.

(2) هاني العربي: المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب، مرجع سابق، ص68.

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن اختلاف المبحوثين في معدل مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية واختلافهم في قيمة الاغتراب السياسي، وبتطبيق اختبار كا^2 تبين أن هناك فروق جوهرية بينهم ذات دلالة حيث كانت كا^2= (18.824) عند درجة حرية (2) وهي دالة عند مستوى 0.1، ويؤكد ذلك على أن زيادة مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية تؤدي إلى تدعيم قيمة الاغتراب السياسي.

فكثيفي المشاهدة أكثر اغتراباً سياسياً من قليلي المشاهدة، مما يجيب عن التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية "الاغتراب السياسي" لاختلاف المشاهدين في معدل المشاهدة"). وتتفق النتيجة السابقة مع الفرض الرئيسي نظرية الغرس الثقافي القائل بوجود علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التي يعكسها مضمون التليفزيون[1].

4- المتغيرات الديموجرافية وقيمة الاغتراب السياسي:

أ-النوع وقيمة الاغتراب السياسي:

بالمقارنة بين أفراد العينة حسب النوع وقيمة الاغتراب السياسي تبين أنه في فئة الذكور كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 28.8%، ومتوسطة بنسبة 66.1%، وضعيفة بنسبة 5.1%، أما في فئة الإناث فكانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 28%، ومتوسطة بنسبة 69.5%، وضعيفة بنسبة 2.4%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) Joseph. R. Dominick: <u>The Dynamics Of Mass Communication</u>, Op Cit., P 533.

جدول رقم (60)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين النوع وقيمة الاغتراب السياسي

الاغتراب السياسي / النوع	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا^2
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
ذكر	34	28.8	78	66.1	6	5.1	118	100	كا^2= 0.940
أنثى	23	28	57	69.5	2	2.4	82	100	د.ج= 2
المجموع	57	28.5	135	67.5	8	4	200	100	غير دالة

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن هناك علاقة بين اختلاف المشاهدين واختلافهم في قيمة الاغتراب السياسي، وبتطبيق اختبار كا^2 على العلاقة بين النوع وقيمة الاغتراب السياسي تبين أن قيمة كا^2= 0.940 عند درجة حرية (2) وهي غير دالة إحصائيًا مما يؤكد على عدم وجود فروق جوهرية بين الذكور والإناث في قيمة الاغتراب السياسي، مما يجب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة الغير في القيم السياسية "قيمة الاغتراب السياسي" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "النوع").

فالإناث أكثر اغتراباً من الذكور، وهذه النتيجة تختلف مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري) حيث أكدت على أن الذكور أكثرا إدراكاً للنسق القيمي من الإناث[1].

---

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

ب. السن وقيمة الإغتراب السياسي:

بالمقارنة بين فئات السن المختلفة في عينة الدراسة ودرجة الاختلاف بينهم في قيمة الاغتراب السياسي تبين أن في الفئة العمرية من (15–30 سنة) كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 28.9%، ومتوسطة بنسبة 68%، وضعيفة بنسبة 3.1%، أما في الفئة العمرية من (30–45 سنة) فكانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 27.6%، ومتوسطة بنسبة 67.8%، وضعيفة بنسبة 4.6%، أما الفئة العمرية من (45–60 سنة) فلقد كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 31.3%، ومتوسطة بنسبة 62.5%، وضعيفة بنسبة 6.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (61)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقًا للعلاقة بين السن وقيمة الاغتراب السياسي

الاغتراب السياسي / فئات السن	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا² ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
من 15–30 سنة	28	28.9	66	68	3	3.1	97	100	كا²= 0.617 د.ح= 4 غير دالة
من 30–45 سنة	24	27.6	59	67.8	4	4.6	87	100	
من 45–60 سنة	5	31.3	10	62.5	1	6.3	16	100	
المجموع	57	28.5	135	67.5	8	4	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن وجود تباين بين المبحوثين في قيمة الاغتراب السياسي لدى فئات السن المختلفة فقيمة الاغتراب السياسي قوية أو متوسطة لدى الفئة العمرية (15–30 سنة) بنسبة أكبر من الفئات العمرية الأخرى، وبتطبيق احتبار كا^2 وجد أن قيمتها تساوى (0.617) عند درجة حرية (4) وهي

غير دالة إحصائيًا، أى أنه ليست هناك فروق جوهرية بين الفئات العمرية المختلفة فى قيمة الاغتراب السياسي، فلم تؤدى الفروق العمرية إلى فروق فى التغير فى قيمة الاغتراب السياسى، مما يجيب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية "قيمة الاغتراب السياسي" باختلاف المشاهدين فى النواحى الديموجرافية "السن"؟).

فصغار السن أكثر اغتراباً من كبار السن، وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصري) حيث أكدت على أن صغار السن أكثر إدراكاً للنسق القيمى من كبار السن[1].

ج- الحالة الزواجية وقيمة الاغتراب السياسي:

بالمقارنة بين المبحوثين من حيث علاقة الحالة الزواجية بقيمة الاغتراب السياسي، تبين أنه فى فئة الأعزب كانت قيمة الاغتراب السياسى قوية بنسبة 28%، ومتوسطة بنسبة 69.3%، وضعيفة بنسبة 2.7%، أما فى فئة متزوج فكانت قيمة الاغتراب السياسى قوية بنسبة 30.8، ومتوسطة بنسبة 65%، وضعيفة بنسبة 4.3%، أما فى فئة أرمل فكانت قيمة الاغتراب السياسى متوسطة بنسبة 80%، وضعيفة بنسبة 20%، أما فى فئة مطلق، فكانت قيمة الاغتراب السياسى متوسطة بنسبة 100%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

---

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

جدول رقم (62)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين الحالة الزواجية وقيمة الاغتراب السياسي

الاغتراب السياسي / الحالة الزواجية	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		قيمة $كا^2$
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
أعزب	21	28	52	69.3	2	2.7	75	100	$كا^2$ = 6.908
متزوج	36	30.8	76	65	5	4.3	117	100	د.ج = 6
أرمل	-	-	4	80	1	20	5	100	غير دالة
مطلق	-	-	3	100	-	-	3	100	
المجموع	57	28.5	135	67.5	8	4	200	100	

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن العزاب أكثر اغترابا من الفئات الزواجية الأخرى نتيجة مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية، وبالرغم من هذا التباين فى قيمة الاغتراب السياسى إلا أنه لا توجد فروق جوهرية بين المشاهدين حيث أنه بتطبيق اختبار $كا^2$ للدلالة الإحصائية تبين أن قيمة $كا^2$ تساوى (6.908)، عند درجة حرية (6) وهى غير دالة إحصائية مما يشير إلى عدم وجود فروق جوهرية بين المشاهدين وهذا ما يجيب على التساؤل القائل "هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية "الاغتراب السياسي" باختلاف المشاهدين الديموجرافية "الحالة الزواجية"؟.

د- المستوى التعليمى وقيمة الاغتراب السياسى:

بالمقارنة بين المستويات التعليمية المختلفة فى قيمة الاغتراب السياسى لديهم، تبين أن فى فئة غير المتعلمين كانت قيمة الاغتراب السياسى قوية بنسبة 20%، ومتوسطة بنسبة 73.3%، وضعيفة بنسبة 6.7%، وفى فئة الحاصلين على الدبلوم أو

الثانوية العامة، فلقد كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 30%، ومتوسطة بنسبة 66.7%، وضعيفة بنسبة 3.3%، أما في فئة الحاصلين على مؤهل متوسط فكانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 37.5%، ومتوسطة بنسبة 56.3%، وضعيفة بنسبة 6.3%، وفي فئة الحاصلين على مؤهل جامعي جاءت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 24.1%، ومتوسطة بنسبة 72.4%، وضعيفة بنسبة 3.4%، وفي فئة الحاصلين على مؤهل ما بعد الجامعي كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 85.7%، ومتوسطة بنسبة 14.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (63)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين المستوى التعليمي وقيمة الاغتراب السياسي

الاغتراب السياسي / المستوى التعليمي	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا2 ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
غير متعلم	6	20	22	73.3	2	6.7	30	100	كا^2= 14.738
دبلوم أو ثانوية عامة	18	30	40	66.7	2	3.3	60	100	د.ج= 8
مؤهل متوسط	6	37.5	9	56.3	1	6.3	16	100	غير دالة
مؤهل جامعي	21	24.1	63	72.4	3	3.4	87	100	
مؤهل ما بعد الجامعي	6	85.7	1	14.3	-	-	7	100	
المجموع	57	28.5	135	67.5	8	4	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين المبحوثين في قيمة الاغتراب السياسي مع تباينهم في المستوى التعليمي، وبتطبيق اختبار كا^2 لتحديد دلالة هذا الاختلاف، تبين أن قيمة كا^2=(14.738)، عند درجة حرية (8) وهي غير دالة إحصائيًا مما يؤدي إلى عدم وجود فروق جوهرية بين المبحوثين نتيجة اختلافهم في

المستوى التعليمي ودرجة التغير في قيمة الاغتراب السياسي، وهذا ما يمثل إجابة على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية "قيمة الاغتراب السياسي" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "المستوى التعليمي"؟).

فكلما زاد المستوى التعليمي زادت قيمة الاغتراب السياسي، وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري) حيث أكدت على وجود علاقة بين المستوى التعليمي وإدراك المشاهدين للنسق القيمي المقدم عبر القنوات الفضائية[1].

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد البديع بعنوان (أثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية) حيث توصلت إلى أن الأميين أكثر تأثراً سلبياً بالقنوات الفضائية الوافدة من المتعلمين[2].

هـ - إجادة اللغات الأجنبية وقيمة الاغتراب السياسي:

بالمقارنة بين من يجيدون لغات أجنبية ومن لا يجيدون غير العربية وقيمة الاغتراب السياسي، تبين أنه في فئة الذين يجيدون لغات أجنبية كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 28.7%، ومتوسطة بنسبة 66.4%، وضعيفة بنسبة 4.9%، أما في فئة الذين لا يجيدون غير العربية فكانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 28.2%، ومتوسطة بنسبة 69.2%، وضعيفة بنسبة 2.6%، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

---

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص261.

(2) محمد عبد البديع: أثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص226.

جدول رقم (64)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقًا للعلاقة بين إجادة اللغات الأجنبية وقيمة الاغتراب السياسي

الاغتراب السياسي / إجادة اللغات الأجنبية	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		قيمة كا2
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
يجيدون لغات أجنبية	35	28.7	81	66.4	6	4.9	122	100	كا2= 0.720
لا يجيدون لغات أجنبية	22	28.2	54	69.2	2	2.6	78	100	د.ح= 2
المجموع	57	28.5	135	67.5	8	4	200	100	0.698 غير دالة

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن وجود فروق بسيطة في قيمة الاغتراب السياسى لدى الذين لا يجيدون غير العربية والذين يجيدون لغات أجنبية، ولتوضح مدى دلالة هذه الفروق، تم تطبيق اختبار الدلالة الإحصائية كا^2، تبين أن قيمة كا^2= 0.720، عند درجة حرية (2) وهى غير دالة إحصائيًا، مما يشير إلى عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة بين المشاهدين فى قيمة الاغتراب السياسى نتيجة لاختلافهم فى إجادة اللغات الأجنبية، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية "قيمة الاغتراب السياسي" باختلاف المشاهدين فى إجادة اللغات الأجنبية؟).

النتائج العامة للدراسة

مناقشة النتائج العامة للدراسة

أولا: النتائج العامة

1- طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن البرامج السياسية هي اكثر البرامج إثارة لاهتمام المشاهدين في عينة الدراسة، يليها البرامج الاجتماعية والدينية، ثم البرامج الثقافية، وأخيرا البرامج الثقافية. كما أوضحت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين من قليلي المشاهدة للقنوات الفضائية العربية وهم من يشاهدون القنوات الفضائية العربية لأقل من أربع ساعات في اليوم الواحد، في حين يمثل كثيفي المشاهدة أقلية وهم من يشاهدون القنوات الفضائية العربية لمدة أكثر من أربع ساعات في اليوم الواحد.وبالنسبة لمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية فلقد كشفت نتائج الدراسة أن غالبيتهم من قليلي المشاهدة في حين كان هناك أقلية هم من يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية لمدة اكثر من أربعة ساعات في اليوم الواحد.

2- النتائج الإيجابية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن لمشاهدة القنوات الفضائية العربية اكثر من وظيفة، وتعتبر الوظيفة الأخبارية والتي حققت من خلال التعرف على العالم الخارجي وما يحدث فيه، والإلمام بما يدور في المجتمع المصري من مشكلات وقضايا من أهم الوظائف، يليها وظيفة التسلية والترفيه ثم الوظيفة الثقافية، وتؤيد هذه الوظائف ما ذهبت إليه النظرية البنائية الوظيفية ونظرية الاستخدامات والاستمالات، حيث يرون أن للاتصال عدد من الوظائف الإيجابية منها الإحاطة بالبيئة الخارجية وما يحدث بها، ونشر المعلومات حول البيئة لزيادة الوعي بها، والاستمتاع والتسلية وتقليل التوتر.

3-النتائج الإيجابية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية:-

كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية تؤدى العديد من الوظائف منها الوظيفة الأخبارية ثم الوظيفة الترفيهية ثم الوظيفة الثقافية، وتؤيد هذه النتيجة ما ذهبت إليه النظرية البنائية الوظيفية ونظرية الاستخدامات والاشباعات، حيث يرون أن للاتصال عدد من الوظائف الإيجابية منها الإحاطة بالبيئة الخارجية وما يحدث بها، ونشر المعلومات حول البيئة لزيادة الوعي بها، والاستمتاع والتسلية وتقليل التوتر.

4- النتائج السلبية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية يترتب عليها نتائج سلبية متمثلة فى قلة الثقة بالمسئولين عن الوطن، قلة الرغبة فى المشاركة السياسية، دعمها للاهتمام بالذات وحب النفس، و أخيرا زيادة حدة الرغبة الاستهلاكية، وهذا يؤكد ما ذهب إليه أنصار منظور الصراع من أن وسائل الاتصال عندما تتحرر من قبضة الطبقة الحاكمة تكشف زيف وتبريرات هذه الطبقة مما يقلل من الثقة بها، كما أكدت ما ذهب إليه أنصار الوظيفية من أن وسائل الاتصال تؤدى إلى زيادة السلبية والعزوف عن المشاركة السياسية.

5- النتائج السلبية المترتبة على مشاهدة للقنوات الفضائية العربية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية تؤدى إلى العديد من السلبيات المتمثلة فى الاهتمام بالذات عن الآخرين، ضعف المشاركة فى حل مشكلات المجتمع، زيادة حب المشاهدين للمجتمعات الأجنبية عن المجتمع المصري،

زيادة الرغبة فى الهجرة إلى الدول الأجنبية، زيادة الرغبة الاستهلاكية، وأخيرا إثـــارة الرغبة الجنسية، ولقد أكدت النتيجة السابقة ما ذهب إليه أنصار منظور الصراع فى أن وسائل الاتصال الحديثة تعمل على نشر قيم ومبادئ الدول المتقدمة.

ثانيا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على القيم القرابية:

1- مشاهدة القنوات الفضائية العربية والعلاقات الأسرية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن اغلب المبحوثين من عينة الدراسة يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية دعمت من علاقاتهم بالأسرة، وكـــان مـــن مظاهر هذا التدعيم زيادة الارتباط بالأسرة، أهمية الرجوع إلى الأسرة في اتخـــاذ القرارات، الوقوف مع الأسرة لحل مشكلاتها.

2- مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء الأسرى:

أكدت نتائج الدراسة على صحة الفرض القائل بوجود ارتبـــاط إيجـــابى بـــين مشاهدة القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الانتماء الأسرى، حيث أوضحت نتائج الدراسة أن اغلب المشاهدين فى عينة الدراسة لديهم انتماء اسرى قوى ومتوسط فى حين كانت هناك أقلية لديهم انتماء اسرى ضعيف، وهذا ما أكـــدت عليـــه نظريـــة الغرس الثقافى فى القول بان وسائل الإعلام تكسب الفرد الاتجاهات والقيم المناسبة لدوره الاجتماعى لتمكينه من مسايرة جماعته الاجتماعية ويتوافق معها.

3- معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء الأسرى:

كشفت نتائج الدراسة أن كثافة المشاهدة تقلل من الانتماء الأسرى فـــى حـــين ترتفع قيمة الانتماء الأسرى لدى قليلى المشاهدة، إلا انه لم تكن للفروق بين كثيفى

وقليلى المشاهدة دلاله إحصائية تذكر، مما يختلف مع ما ذهب إليه أنصار نظرية الغرس فى القول بان هناك علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التى يعكسها المضمون التليفزيوني.

4- قيمة الانتماء الأسرى والمتغيرات الديموجرافية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن الذكور اكثر انتماءا اسريا من الإناث إلا أن الفروق بينهم لم تكن ذات دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية (16- 30 سنة) اقل الفئات العمرية انتماءا اسريا بين الفئات العمرية المختلفة فى عينة الدراسة، إلا أن الفرق بينهم ليس له دلاله إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة عن أن فئة مطلق كانت اكثر الفئات الزواجية انتماءا اسريا من الفئات الأخرى، يليها فئة الأرمل، ثم المتزوج، واخيرا الأعزب، ولم تكن الفروق بين الفئات الزواجية المختلفة ذات دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة أن الحاصلين على مؤهل ما بعد الجامعى اكثر الفئات التعليمية انتماءا اسريا، ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية.

ثالثا- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على قيمة الفردية:

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على العلاقات الأسرية:

كشفت نتائج الدراسة أن غالبية المشاهدين فى عينة الدراسة يوافقون على أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية أضعفت من علاقاتهم الأسرية وان أقلية هم الذين لا يوافقون على ذلك. ومن مظاهر عدم تدعيم مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية للعلاقات الأسرية، عدم اللجوء إلى الأسرة لنيل مساعدتها فى اتخاذ القرارات، عدم الاهتمام بمساعدة الأسرة فى حل مشكلاتها، عدم الاهتمام بزيارة الأسرة، بجانب أضرار أخرى.

2- مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن قيمة الفردية قوية لدى غالبية المشاهدين في عينة الدراسة وهذا ما أكد خطأ الفرض القائل "هناك ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الفردية"

3- معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية:

كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة بين كثافة المشاهدة وغرس قيمة الفردية، فكلما زادت المشاهدة زادت قيمة الفردية لدى المشاهدين في عينة الدراسة، وهذا ما أكد خطأ الفرض القائل"هناك ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الفردية" وتؤكد النتيجة ما ذهب إليه أنصار نظرية الغرس من انه كلما زادت المشاهدة زادت احتمالات غرس القيم المقدمة عبر البرامج التليفزيونية.

4- قيمة الفردية والمتغيرات الديموجرافية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن الإناث اكثر فردية من الذكور، وبالرغم من الفروق بينهم إلا إنها لم تكن ذات دلالة إحصائية، كما كشفت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية (31-45سنة) كانت لديها قيمة الفردية قوية عن الفئات العمرية الأخرى، ولم تكن للفروق بين الفئات المختلفة دلالة إحصائية، كما كشفت نتائج الدراسة أن قيمة الفردية كانت اقوى لدى العزاب عن الفئات الزواجية الأخرى، ولم تكن للفروق بين الفئات الزواجية دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج للدراسة عن أن الحاصلين على مؤهل متوسط اكثر الفئات التعليمية وغير التعليمية فردية ولم تكن للفروق بين الفئات التعليمية المختلفة دلالة إحصائية.

5- إجادة اللغات الأجنبية وقيمة القرابة:

كشفت نتائج الدراسة أن الذين يجيدون اللغات الأجنبية كانوا أكثر فردية من الذين لا يجيدون اللغات الأجنبية ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية.

رابعا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الولاء السياسي:

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على حب الوطن:

كشفت نتائج الدراسة عن أن غالبية المشاهدين في عينة الدراسة يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية زادت من حبهم للوطن مصر، وان أقلية هم الذين لا يوافقون، ومن مظاهر تدعيم حب الوطن زيادة حب مصر عن أى بلد آخر، عدم الرغبة في ترك بلدي تحت أى ظروف، عدم السماح لأى شخص بإهانة بلدي أو محاولة التقليل من وضعها، وأخيرا المساهمة في حل مشكلات بلدي.

2- مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الولاء السياسي:

كشفت نتائج الدراسة عن أن غالبية المبحوثين لديهم ولاء سياسي قوى نحو الوطن نتيجة مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية، مما أكد على خطأ الفرض القائل(يوجد ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الولاء السياسي).

3- معدل المشاهدة وقيمة الولاء السياسي:

كشفت نتائج الدراسة عن أن كثيفي المشاهدة أكثر ولاء سياسيا من قليلي المشاهدة، وبالرغم من الفروق بين قليلي المشاهدة وكثيفي المشاهدة، إلا إنها لم تكن

ذات دلالة إحصائية، وهذا ما يدعم الفرض الرئيسى لنظرية الغرس الثقافى القائل بوجود علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التى تقدمها البرامج التليفزيونية حول الواقع الاجتماعي.

4- قيمة الولاء السياسي وبعض المتغيرات الديموجرافية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن الإناث اكثر ولاء سياسيا من الذكور، وبالرغم من وجود فروق بينهم إلا إنها لم تكن ذات دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة عن أن قيمة الولاء كانت قوية لدى الفئة العمرية (16-30 سنة)عن بقية الفئات العمرية الأخرى، ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة عن أن قيمة الولاء السياسى كانت قوية لدى المتزوجون اكثر من الفئات الزواجية الأخرى، وكان لهذا الاختلاف دلالة إحصائية مما يؤكد على أن اختلاف المشاهدين فى عينة الدراسة من الناحية الزواجية أدى إلى التغير فى تدعيم قيمة الولاء السياسي. كما كشفت نتائج الدراسة عن أن غير المتعلمين اكثر الفئات غير التعليمية والتعليمية قوة فى الولاء السياسي، ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية.

خامسا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على قيمة الانتماء السياسي:

1- مشاهدة القنوات الفضائية العربية وعلاقة المشاهدين فى عينة الدراسة بالوطن:

كشفت نتائج الدراسة عن أن غالبية المشاهدين فى عينة الدراسة يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية دعمت من علاقاتهم بالمجتمع المصرى، وان

أقلية هم الذين لا يوافقون، ومن مظاهر هذا التدعيم زيادة حب الوطن مصر، السعى الدائم نحو مساعدة أبناء المجتمع فى حل مشكلاتهم، عدم الرغبة فى الهجرة إلى بلد آخر، السعى الدائم نحو تقديم مصلحة المجتمع على المصالح الشخصية، وهذا يؤكد ما ذهب إليه أنصار الوظيفية فى أن وسائل الاتصال تحقق الترابط بين أفراد المجتمع من خلال الوعى بالأحداث، والتأكيد على ضرورة المحافظة على النظام.

كشفت نتائج الدراسة عن أن غالبية المشاهدين في عينة الدراسة يرون أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية دعمت من مشاركتهم السياسية، وهذا ما يؤيد ما ذهب إليه أنصار الوظيفية في القول بأن وسائل الاتصال تؤدى إلى تعبئة الجماهير عن طريق مشاركتهم فى الاهتمامات المجتمعية فى مجالات السياسة، ومن مظاهر المشاركة السياسية، المشاركة فى الانتخابات والتى كانت اكثر مظاهر المشاركة السياسية، عضوية أحد الأحزاب السياسية، الاهتمام بالأمور السياسية، تقلد أحد المناصب السياسية، وكان الحزب الوطنى من اكثر الأحزاب استقطابا للمشاهدين فى عينة الدراسة لكونه الحزب الحاكم.

من ناحية أخرى فقد كشفت نتائج الدراسة عن أن من لا يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية تدعم من علاقاتهم بالوطن مصر، جاءت مظاهرها متمثلة فى عدم الرغبة فى المشاركة فى الأنشطة السياسية، الرغبة الدائمة فى الهجرة، زيادة عدم الثقة بالمسئولين عن الوطن، عدم الاهتمام بمصالح الآخرين.

2- مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء السياسي:

كشفت نتائج الدراسة عن أن غالبية المبحوثين لديهم انتماء سياسى قوى، وان أقلية لديهم انتماء سياسى ضعيف، وهذا ما أكد خطأ الفرض القائل (يوجد ارتباط سلبى بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الانتماء السياسي) كما

تؤيد للنتيجة السابقة ما ذهب إليه أنصار نظرية الغرس الثقافي من أن وسائل الاتصال تعمل كوسيط للتنشئة الاجتماعية حيث تعمل على إكساب الفرد القيم والاتجاهات المناسبة لدوره الاجتماعي.

وكشفت نتائج الدراسة عن وجود اختلاف بين كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة في قيمة الانتماء السياسي، وهذا الاختلاف ليس له دلاله إحصائية، بالرغم من أن قليلي المشاهدة اكثر انتماء سياسيا من كثيفي المشاهدة، وهذا ما لا يدعم الفرض الرئيسي لنظرية الغرس الثقافي القائل بوجود علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التي يعكسها المضمون التليفزيوني.

4- قيمة الإنتماء السياسي والمتغيرات الديموجرافية:

كشفت نتائج الدراسة أن الذكور اكثر انتماء سياسيا من الإناث، وبالرغم من وجود فروق بينهم إلا إنها لم تكن ذات دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة أن كبار السن اكثر انتماء سياسيا من صغار السن، وبالرغم من وجود فروق بين الفئات العمرية، إلا إنها لم تكن ذات دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة أن فئتي المطلق والأرمل كانت اكثر الفئات الزواجية انتماء سياسيا، ولم تكن للفروق بين الفئات الزواجية دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة أن أصحاب المؤهل المتوسط اكثر انتماءا سياسيا من غيرهم من الفئات التعليمية المختلفة وغير التعليمية، ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية.

سادسا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على قيمة الاغتراب السياسي:

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على علاقة المشاهد بالمجتمع المصري:

كشفت نتائج الدراسة عن أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية أضرت بعلاقاتهم بالمجتمع المصري، ومن مظاهر هذا الضرر الاتجاه نحو الاهتمام بالأحداث العالمية بدلا من الأحداث المحلية، زيادة الرغبة في الهجرة وعدم البقاء في مصر، عدم الاكتراث بمشكلات المجتمع المصرى، زيادة عدم الرغبة فى التعاون مع أبناء المجتمع للنهوض به.

2- مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الاغتراب السياسي:

كشفت نتائج الدراسة عن أن اغلب مشاهدى القنوات الفضائية الأجنبية لديهم اغتراب سياسى متوسط، فى حين كانت قيمة الاغتراب قوية بنسبة اكبر من كونها ضعيفة لدى بعض المبحوثين، مما يختلف مع ما ذهب إليه أنصار الوظيفية من أن وسائل الاتصال تقلل من حالة تضارب القيم أو الانوميا الاجتماعية، مما يؤكد على صحة الفرض القائل: **(يوجد ارتباط إيجابى بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الاغتراب السياسي).**

كما كشفت نتائج الدراسة عن أن قيمة الاغتراب السياسى كانت قوية لدى كثيفى المشاهدة عن قليلى المشاهدة وكانت للفروق بينهم دلالة إحصائية، مما يؤيد الفرض الرئيسى لنظرية الغرس الثقافى القائل بوجود علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التى يعكسها المضمون التلفزيوني.

3- قيمة الاغتراب السياسي والمتغيرات الديموجرافية:

كشفت نتائج الدراسة أن الإناث أكثر اغترابا سياسيا من الذكور، وبالرغم من الفروق بينهم، إلا إنها لم تكن ذات دلالة إحصائية، كما كشفت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية (16-30سنة)كانت أكثر الفئات العمرية اغترابا، ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية، كما كشفت نتائج الدراسة عن أن العزاب كانوا أكثر الفئات الزواجية اغترابا سياسيا، ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية، كما كشفت نتائج الدراسة عن أن الحاصلين على مؤهل ما بعد جامعي كانوا أكثر الفئات التعليمية وغير التعليمية اغترابا، ولم تكن للفروق بين المستويات التعليمية وغير التعليمية دلالة إحصائية.

4- قيمة الاغتراب السياسي وإجادة اللغات الأجنبية:

كشفت نتائج الدراسة أن الذين يجيدون لغات أجنبية هم أولئك الذين لديهم اغتراب سياسي قوى ولم تكن للفروق بين الذين يجيدون اللغات الأجنبية والذين لا يجيدون اللغات الأجنبية دلالة إحصائية تذكر في هذا الشأن.

ثانيا: توصيات الدراسة:

فى هدى نتائج الدراسة تقترح الدراسة التوصيات الآتية:

1- ضرورة تفعيل دور القنوات الفضائية المصرية لمواجهة الغزو الثقافى الأجنبى كما فعلت بعض الدول الأجنبية فى مواجهة الغزو الثقافى الأمريكى كفرنسا.

2- ضرورى تمتع النظام الإعلامى المصرى بقدر كبير من آليات المصداقية والشفافية وآنية المعلومات من مواقعها الحية، وعدم النقل عن قنوات فضائية أخرى.

3- تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية لمواجهة تأثيرات القنوات الفضائية على المجتمع.

ومن ناحية أخرى تقترح الدراسة بعض الموضوعات المرتبطة بالدراسة الحالية والتى مازالت فى حاجة إلى الدراسة وهي:

1- دراسة اثر القنوات الفضائية على أشكال أخرى من الاغتراب كالاغتراب الديني والثقافي.

2- دراسة اثر مشاهدة القنوات الفضائية على ثقافة الاستهلاك.

3- دراسة دور الأسرة كمؤسسة من مؤسسات الضبط الاجتماعي فى تفاعلها مع القنوات الفضائية.

4- دراسة اثر مشاهدة القنوات الفضائية المصرية على بعض أشكال من العنف وخاصة العنف اللفظى الذى أضحى لغة سائدة فى الأفلام السينمائية المصرية.

5- دراسة اثر مشاهدة القنوات الفضائية على الثقافة الجنسية لدى الشباب.

قائمة المراجع

أولا: المراجع العربية:

1- إبراهيم مدكور، "محررا": المعجم الوجيز، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1996.

2- ـــــــ " محررا ": المعجم الوسيط، ط2، ج 2، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، د.ت.

3- ـــــــ: "محررا" معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1975.

4- ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، 1968.

5 – أبو زيد بن محمد مكى: ظاهرة الصراع في الفكر الغربي بين الفردية والجماعية 5/12 /2005

6- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء: النتائج النهائية لتعداد سكان محافظة بني سويف، ج. م.ع، ديسمبر 1998.

7- احمد الأنصاري: الانتماء، سلسلة الشباب، ع9، الأمل للطباعة والنشر، القاهرة، 2004.

8- احمد أنور: الانفتاح وتغير القيم في مصر، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992

9- احمد زايد: اعتماد علام، مقاييس العمل: الإطار النظري، الانجلو المصرية، القاهرة، 1992

10- احمد زكي بدوي، احمد خليفة: معجم مصطلحات الإعلام، دار الجيل، القاهرة 1985.

11- ــــــــ: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيـروت، 1985.

12- السيد حامد: القرابة عند بن خلدون وروبرت نسون سـميث، المركـز العربى للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1996.

13- السيد عبد العاطى السيد: علم الاجتماع الحـضري: الجـزء الأول، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.

14- ــــــــ: المجتمع والثقافة والشخصية: دراسة في علم الاجتماع الثقافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003.

15- اشرف البيهي: علم الاجتمـاع الحـضري، دار المعرفـة الجامعيـة، الإسكندرية، 2003.

16- أماني السيد فهمي: "الاتجاهات العالمية لنظريات التأثير فـي الراديـو والتليفزيون"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 64، جامعة القـاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر 1999.

17- أمل محمد توفيق: البث التليفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية، (رسالة ماجستير غيـر منـشورة، كليـة الآداب، جامعة المنيا)، 2001.

18- اياد شاكر البكرى: عام 2000 حرب المحطات الفضائية، دار الشروق، طرابلس، 1999.

19- إيمان عليوة: الانتماء السياسي لدى طـلاب الجامعـة ودورمؤسـسات التنشئة السياسية في دعمه، (رسالة ماجستير غير منشورة، كليـة الآداب، جامعة المنيا)2004.

20- تيودور كابلو: البحث الاجتماعي: الأسس النظرية والخبرات الميدانيـــة، (ترجمة) محمد الجوهرى، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1993.

21- جلال مدبولى: الاتصال الإنساني والتنمية، دار الثقافة العربية، القاهرة، 1991.

22- ـــــــ: " القيم الاجتماعية والتنمية بين الريـــف والحـــضر"، المجلـــة الاجتماعية القومية، مج 23، القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، يناير- مايو- سبتمبر 1986.

23- جمال جاسم:" نشأة المداخل العلمية لدراســة تـــأثير وســائل الإعـــلام وتطورها: دراسة نقدية تحليلية "، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، ع 46، السنة 12، مجلس النشر العلمى الكويت، شتاء 1994.

24- جورج ريتزر: كارل ماركس، (ترجمة) فاتن احمـــد، فـــى رواد علـــم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999.

25- جى روشيه: علم الاجتماع الأمريكي: دراسة لاعمال تالكوت بارسونز، (ترجمة) محمد الجوهرى وآخرون، المجلس الأعلى للثقافـــة، القـــاهرة، 1999.

26- جيهان يسرى:" استخدام الشباب المصرى للقنوات الفضائية والاشباعات المحققة منها"، مجلة بحوث الإعلام، د.ن، جامعة الأزهر.

27- حامد زيان: كلمات الافتتاحية، مؤتمر بني سويف على مـــر العـــصور، جامعة القاهرة، كليـــة الآداب، فـــرع بنـــى ســـويف فـــى الفتـــرة 27- 2002/4/28.

28- حسن عماد مكاوى، ليلى السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.

29- ـــــــــ: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993.

30- ديريك لايدر: قضايا التنظير في البحث الاجتماعي، (ترجمة)عدلى السمرى، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2000.

31- ديوان عام المحافظة: دائرة معارف أعلام بني سويف، الهيئةالعامة للاستعلامات، القاهرة، 2001.

32- ذوقان عبيدات وآخرون: البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 1990.

33- سامية جابر، نعمات عثمان: الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003.

34- سامية خضر: الشخصية المصرية: تحديات الحاضر والمستقبل المنظور، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 2005.

35- سمير نعيم احمد: المنهج العلمي في البحوث الاجتماعية، ط4، مكتبة سعيد رأفت، القاهرة، 1987.

36- سناء الخولى: التغير الاجتماعي والتحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1993

37- سوزان القليني: الإعلام الدولي، ط2، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2000.

38- صابر سليمان عسران: "تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصري"، مجلة كلية الآداب، ع 184، جامعة الزقازيق، 1997.

39- صلاح بسيوني: السياسة والاقتصاد عند بن خلدون، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، 1999.

40- صلاح قنصوه: نظرية القيمة في الفكر المعاصر، دار الثقافة العربية للطباعة والنشر، القاهرة، 1981.

41- صموئيل هنتنجتون: صدام الحضارات وإعادة صنع النظام العالمي، (ترجمة) احمد الشايب، دار الكتب المصرية، القاهرة، 1998.

42- طلعت لطفي: أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، دار غريب، القاهرة، 1995.

43- طه نجم: الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1998.

44- عبد الباسط حسن: أصول البحث الاجتماعي، ط12، مكتبة وهبه، القاهرة، 1998.

45- عبد الباسط عبد المعطي: "عرض تحليلي لمفهوم القيم في علم الاجتماع"، المجلة الاجتماعية القومية، ع 1، مج 7، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، يناير 1975.

46- عبد الله عبد الرحمن: سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000.

47- عبد الطيف محمد خليفة: " ارتقاء القيم دراسة نفسية"، عـالم الفكـر، ع 160، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، إبريل 1992.

48- عبد المنعم الحفني: الموسوعة النفسية: علم النفس في حياتنا اليوميـة، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1995.

49- عبد الهادي الجوهري وآخرون: علـم الاجتمـاع الـسياسي: قـضايا ودراسات، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001.

50- عبير مختار شاكر: تأثير الفضائيات على ثقافـة المجتمـع المـصري، (رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس)، 2002.

51- علي الدين هلال، نفين مسعد: معجم المـصطلحات الـسياسية، مركـز البحوث والدراسات السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم الـسياسية، جامعـة القاهرة، 1994.

52- علياء رضا رافع: الانتماء والتنمية في الريـف المـصري: الجـذور، دارصادق للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1993.

53- علي عبد الرازق جلبي وآخرون:علم الاجتماع الثقـافي، دار المعرفـة الجامعية، الإسكندرية، 2000.

54- علي ليلة، البنائية الوظيفية بين علم الاجتماع والانثربولوجيا: المفـاهيم والقضايا، دار المعارف، القاهرة، 1982.

55- غريب سيد احمد: تصميم وتنفيـذ البحـث الاجتمـاعي، دار المعرفـة الجامعية، الإسكندرية، 1989.

56- ــــــــ: علم الاجتماع الاتصال والإعـلام، دار المعرفـة الجامعيـة، الإسكندرية، 1999.

57- فاطمة القليني ومحمد شومان: الاتصال الجماهيري: اتجاهات نظرية ومنهجية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

58- فارس بن محمد الغزى، عبدالله محمد حسين: " القنوات الفضائية وتغير نسق القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودى 1998"، مجلة القاهرة للخدمة الاجتماعية، ع 104، القاهرة، 1999.

59- فرج عبد القادر: موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، دار سعادالصباح، الكويت، 1993.

60- فردريك معتوق: معجم العلوم الاجتماعية، اكاديما، بيروت، 1993.

61- فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003.

62- كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، ط2، دار الجيل، بيروت، 1994.

63- كمال التابعي: دراسات في علم الاجتماع الريفي، دار المعارف، القاهرة، 1993.

64- كمال الزيات: علم الاجتماع الحضري: الأسس النظرية والتطبيقية، دار الثقافة العربية، بني سويف، 2003.

65- محمد احمد بيومي: علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990.

66 محمد شومان: العولمة ومستقبل الإعلام العربي، مركز دراسات الوحدة السودانية، القاهرة، 2000

67 محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1979.

68- محمد عبد البديع السيد: أثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، (رسالة دكتوراه منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق)، 1998.

69- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1997.

70- محمود عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، 1970.

71- مصطفى خلف (مترجم)، قراءات في نظرية علم الاجتماع، ، مركز البحوث الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2002.

72- ميشيل مان: موسوعة علم الاجتماع، (ترجمة) عادل الهوارى وسعدعبد العزيز، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999.

73- نادية رضوان: الشباب المصرى وأزمة القيم، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1997.

74- نبيل رمزى اسكندر: الاغتراب وأزمة الإنسان المعاصر، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988.

76- نبيل محمد طلب: "تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية"، مجلة كلية الآداب، ع22، جامعة الزقازيق، 1998.

77- نجلاء عبد الحميد راتب: الانتماء الاجتماعي للشباب المصرى، مركز المحروسة للبحوث والتدريب، القاهرة، 1999.

78- نسمة احمد البطريق: التليفزيون والمجتمع والهوية الثقافية، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1999.

79- نوال محمد عمر: دور الإعلام الدينى في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية الحضرية، نهضة الشرق، القاهرة، 1984.

80- هانى فوقى العربى: المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب العربى:دراسة ميدانية بمحافظة المنيا، (رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا)، 2004.

81- وزارة الإسكان والتعمير: التخطيط الهيكلى الابتدائى لمدينة بنى سويف: التقرير العام، الهيئة العامة للتخطيط العمرانى، القاهرة، 1976.

82- ياس خضير البياتي: "الفضائيات:الثقافة الوافدة وسلطة الصورة"، المستقبل العربي، ع267، مركز دراسات الوحدة العربية، القاهرة، مايو 2001.

ثانيا : المراجع الأجنبية :

1- Anderson, Kenneth, E., Introduction To Communication Theory, Communing Publishing Company inc, U.S.A. 1992.

2- Barnard, Lan & Spencer, Jonathan, Encyclopedia Of Social and Cultural Anthropology., Routledge., N.Y., 1986.

3- Curran, Games & Morlery, David and Walkerdine, Valeri: Cultural Studies and Communication, Arnold Publishing, New York, 1996.

4- Mattelart, Arnold and Mattelart, Michele: Theory of Communication: A short Introduction (Trans) by Susan Gruenheck Taponier and James A. Cohen., Sage Publications, London, 1998.

5- David, Matthew & Sutton, Carole D., Social Research., Sag Publication Ltd, London, 2004.

6- Dietra, scheufele A., Who Cares About Local Politics? Media Influences ON Local Political Involvement, Issue Awareness, And Attitude Strength., (Journalism Mass Communication Quarterly, Vol.79, No 2, Summer 2002).

7- Dominick, Joseph R: The Dynamics of Mass Communicating, 5th edition, N. Y: The McGraw-Hill

Company, Inc., 1996.

8- Dotson, Folyed: Article on the Encyclopedia Dictionary of Sociology, 3rd edition, U. S. A.: Dushkin Publishing, 1986.

9- Fairchild, Henery: Dictionary Of Sociology, Macmilvtty, U.S.A, 1950.

10 – Lull, James: Media, Communication, Culture: Aglobal approach, Polity Press, Great Britain, 1995.

11- Mc quail, Denis: Mc quails' Mass Communication Theory 4th edition, Sage Publication, London, 2000.

12- Michael X, Dellicarpini., et al., Effects Of The News Media Environment., On Citizen Knowledge Of Stat Politics and Government., (Journalism Quarterly., Vol.71, No 2., Summer 1994).

13- Mitchell, Duncan, Adictionary Of Sociology, Routledgy and Kegan Poul, London, 1968.

14- Neulip, James, Intercultural Communication: Acontextual Approach, Houghton, Mifftin Company, N.Y, 2000.

15- Parsons, Talcott: The Social System, N. Y.: Macmillan Company, 1972

16- Patricia, Moy & Dietram, Scheufele, A, :" Media Effects

On Political and Social Turst", (Journalis Mass Communication Quarterly Vol.77 No 4., Winter 2000.

17- Pei, Merio: The Webester Reference Dictionary of English Language, U. S. A.: The Delair Publishing Company, Vol. 11, Inc., 1981.

18- Scration, Roger, Adictionary Of Political Though, The Macmillan Prass, London, 1982.

19- Severin, W.J& Tankard, G.W: Communication Theories, Origins, Method and Uses., Longman Publisher., N.Y. 1992.

20- Sills, David.L, International Encyclopedia Of Social Science, Macmillan Company, N.Y, 1968.

21- Wanner, Richard A.: The Encyclopedic Dictimary of Sociology, 3rd edition, U. S. A.: Dushkin Publishing, 1986.

22- Watson, James: Media Communication: an Introduction to Theory and Process, Macmillan Press, London, 1995

23- Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary Of The English Language, Prtland House, N.Y, 1987.

الفهرس

الموضوع	الصفحة

الباب الثاني

خطة الدراسة الميدانية ونتائجها

البيانات الشخصية للمؤلف

د/ ايمن على طه

مدرس علم الاجتماع الاعلامى بجامعة بنى سويف

المؤهلات الدراسية:

1- الليسانس الممتازة فى الآداب جامعة القاهرة فرع بنى سويف.

2- بكالوريوس فى الاعلام جامعة القاهرة.

3- ماجستير فى الاعلام الدولى.

4- دكتوراه فى سوسيولوجيا الاعلام والسكان.

للتواصل عبر الموبيل: 01204404499

عبر الايميل: ha575.ayman@yahoo.com


مطابع الدار الهندسية



صدر أيضاً للناشر

العولمة و التدخل الإنساني لحماية الاقليات	د. دهام محمد دهام
التنظير السوسيولوجي للدولة والمجتمع	د. مشحن التميمي
تضاريس الأيدولوجيا	د.مشحن التميمى د.على الجبورى
القصف الإعلامى على الثورة المصرية	أ.د.أمين سعيد عبد الغني
الاعلام الغربى وصورة الإسلام والمسلمين	د.حسن الصيفى
الفضائيات العربية فى عصر العولمة	د.حسن الصيفى
وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية	أ.د.أمين سع
إدارة المؤسسات الإعلامية في عصر أقتصاد العولمة	أ.د.أمين سع

إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع

١٢ شارع حسين كامل سليم - ألماظة - مصر الجديدة - القاهرة - ت ٠ ٢٤١٣٧٧٤٩٠
فاكس ٢٤١٣٧٧٤٩ - ص.ب ٥٦٢٣ هليوبوليس غرب - رمز بريدي ١١٧٧١
Website : www.etracpublishing.com
E-mail : etraccom@gmail.com